

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

VICTOR CORRÊA GARCIA

**O CONSUMO DE JOIAS E A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE
DE GÊNERO: MUITO ALÉM DO SIMPLES CONSUMO**

VITÓRIA
2018

VICTOR CORRÊA GARCIA

**O CONSUMO DE JOIAS E A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE
DE GÊNERO: MUITO ALÉM DO SIMPLES CONSUMO**

Projeto de qualificação apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Administração do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Eloisio Moulin de Souza

VITÓRIA
2018

Dados Internacionais de Catalogação-na-publicação (CIP)
(Biblioteca Central da Universidade Federal do Espírito Santo, ES, Brasil)

Garcia, Victor Corrêa, 1991-
G216c O consumo de joias e a construção da identidade de gênero :
muito além do simples consumo / Victor Corrêa Garcia. – 2018.
119 f. : il.

Orientador: Eloisio Moulin de Souza.
Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade
Federal do Espírito Santo, Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas.

1. Identidade de gênero. 2. Joias. 3. Consumo (Economia). 4.
Motivo de realização. I. Souza, Eloisio Moulin de, 1968-. II.
Universidade Federal do Espírito Santo. Centro de Ciências Jurídicas e
Econômicas. III. Título.

CDU: 65

Elaborado por Perla Rodrigues Lôbo – CRB-6 ES-527/O

VICTOR CORRÊA GARCIA

**O CONSUMO DE JOIAS E A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE DE
GÊNERO: MUITO ALÉM DO SIMPLES CONSUMO**

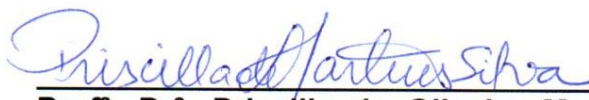
Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas da Universidade Federal do Espírito Santo como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Aprovada em 20 de abril de 2018.

COMISSÃO EXAMINADORA



Prof. Dr. Eloísio Moulin de Souza
Universidade Federal do Espírito Santo
Orientador



Prof.ª. Dr.ª. Priscilla de Oliveira Martins da Silva
Universidade Federal do Espírito Santo



Prof. Dr. Bruno Felix Von Borell de Araujo
Fucape Business School

A Deus.

A meus pais e minha irmã.

A todas as pessoas que estão em minha volta, elas sabem que são.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus todos os dias pelas ricas bênçãos que Ele, por sua Graça e Misericórdia, têm derramado em minha vida todos os dias e a oportunidade de concluir o mestrado é uma delas.

A meus pais – Adenis e Niuza – que são tudo e fizeram tudo em minha vida. São eles os alicerces que sustentam minha vida. Foram eles que viabilizaram, mediante muitos esforços, um ambiente propício para que eu pudesse correr atrás dos meus sonhos. Sempre estiveram ao meu redor, me dando todo o apoio necessário. Minha eterna gratidão eles. Eu os amos.

A Amanda, minha irmã, que faz parte da herança mais preciosa que tenho na terra: minha família. Ela que, sem saber, me influenciou a buscar um sonho de infância e sendo uma mulher muito trabalhadora me constrangia pela sua dedicação ao trabalho.

Não pouco importante, agradeço ao Dr. Eloisio Moulin. Na verdade, eu acho que deveria é pedir desculpas. Talvez eu tenha dado um pouco de trabalho para ele, mas ele de forma descontraída e sábia sempre esteve de prontidão para me ajudar. Obrigado Dr. Eloisio.

Também agradeço aos demais professores e colaboradores do PPGAdm que sempre estiveram de prontidão a servir-nos, na qual, sem eles estaríamos perdidos em tantas coisas.

Agradeço a Marianna por todo o apoio e incentivo. Foi quem muitas vezes eu recorri nos momentos de aflição e ela, de forma sábia, soube lidar com a situação, me animando e encorajando.

Não poderia de deixar de citar algumas pessoas marcantes no meu processo de formação acadêmica, tanto na parte de conhecimento, tanto na parte de inspiração, que foram os professores Anselmo Hudson, na qual tive oportunidade de acompanhar de perto sua rotina acadêmica e de pesquisas e

sua didática. A professora Liliane que me ajudou a preparar meu pré-projeto e que é para mim também uma referência de didática. Ao Wallace Millis, que me ajudou nos momentos mais improváveis na graduação e que é um grande sábio acadêmico.

Essas foram algumas poucas pessoas que de forma direta e próxima fizeram a diferença nessa caminhada. Me recuso a citar mais nomes porquê de fato, deixaria de citar alguns, portanto, deixo um agradecimento a todos que, de forma direta e indireta me ajudaram nessa caminhada. Estão todos em minhas curtas memórias.

“A mente intuitiva é um dom sagrado e a mente racional é um servo fiel. Nós criamos uma sociedade que honra o servo e esquece do dom”.

Albert Einstein

“Os homens que tentam fazer algo e falham são infinitamente melhores do que os que não querem fazer nada e conseguem”.

Lloyd Jones

RESUMO

O consumo faz parte da vida cotidiana da maioria dos sujeitos. Todos os dias são consumidos diversos bens, não só físicos, mas intelectuais, sociais, culturais e outros. Os bens são dotados de significados e que são consumidos e utilizados para externalizar as vontades, desejos e adjetivos dos sujeitos, o que compõe a identidade do mesmo. Através dos bens é possível construir diversas identidades, incluindo a identidade de gênero. Esta dissertação tem como objetivo analisar através dos discursos de sujeitos femininos e masculinos o consumo de joias e sua relação com a produção de identidade do sujeito em relação ao seu gênero. As identidades de gênero, à luz de Judith Butler, autora cerne desta dissertação, são atos involuntários ordenados pela heteronormatividade, construídos através da performatividade e performance. Através de uma pesquisa qualitativa com um total de 12 (doze) entrevistas individuais, os dados foram produzidos e analisados, criando categorias a *posteriori* tendo como base o referencial teórico. As entrevistas mostraram que há uma relação entre as joias e a construção da identidade de gênero, embora, a joia não seja fundamental, mas uma performance a mais.

Palavras-chaves: Identidade; Gênero; Performance; Performatividade; Joias; Consumo.

ABSTRACT

Consumption is part of everyday life for most subjects. Every day not only physical goods are consumed, but also intellectual, social, cultural and other types of goods. The goods are endowed of meaning and are consumed and used to outsource the wills, wishes and adjectives of subjects, what makes up the identity of the same. Through the goods it is possible to construct various identities, including the identity of gender. The main goal of the present dissertation is to analyze through the discourse of female and male subjects, the consumption of jewelry and how it is related with the production the identity of the subject in relation to its gender. Gender identities, by the light of Judith Butler, author heart of this dissertation, are involuntary acts ordered by the heteronormativity, built through the performativity and performance. Through a qualitative research with a total of 12 (twelve) individual interviews, the data were produced and analysed, creating categories posteriori based on the theoretical reference. The interviews showed that there is a relation between jewelry and the construction of the identity of gender, although jewelry is not fundamental, but an extra performance.

Keyword: Identity; Gender; Performance; Performativity; Jewels; Consumption.

TITLE: THE CONSUMPTION OF JEWELS AND THE CONSTRUCTION OF GENDER IDENTITY: BEYOND SIMPLE CONSUMPTION

LISTA DE FIGUAS

Figure 1. Movimento de Significação. McCracken (2003).....	35
Figure 2. "Armor and Amor" by Sondra Sherman	64
Figure 3. "Building Self" by Keith Lewis.....	65
Figure 4. Joias do dia a dia de Jó.....	79
Figure 5. Joias delicadas de Duda	82
Figure 6. Estilo "boyfriend"	90
Figure 7. Perfil de Gil	96

LISTA DE SIGLAS

CEP – Comitê de Ética e Pesquisa

TCLE – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

UFES – Universidade Federal do Espírito Santo

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	15
1.1. PROBLEMÁTICA.....	17
1.2. OBJETIVOS.....	17
1.2.1. Objetivo Geral.....	17
1.2.2. Objetivos Específicos.....	17
1.3. JUSTIFICATIVAS.....	18
1.4. Estrutura do Trabalho.....	20
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	23
2.1. CULTURA DO CONSUMO NA MODERNIDADE E PÓS-MODERNIDADE.....	23
2.1.1. História sobre o consumo e a modernidade.....	23
2.1.2. A pós-modernidade.....	28
2.1.3. Consumo na pós-modernidade.....	30
2.1.4. A Cultura de consumo.....	33
2.2. A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE.....	38
2.2.1. Identidade de gênero.....	43
2.2.1.1. Fazendo gênero.....	44
2.2.1.2. Desfazendo gênero.....	51
2.2.1.3. Performance e Performatividade.....	53
2.3. JOIAS DE OURO.....	56
2.3.1. Um pouco de história.....	56
2.3.2. Gênero e Joias.....	61
3. METODOLOGIA.....	66
3.1. Método Utilizado.....	66
3.2. Produção de Dados.....	67
3.3. Participantes.....	67

3.4. Análise dos dados	69
3.5. Aspectos Éticos	71
4. O CONSUMO DE JOIAS	72
4.1. Joias e sua representatividade	72
4.1.2. Ostentação e Autoridade: o Poder através das joias.....	73
4.1.2. Herança e Investimento financeiro.....	75
4.1.3. O uso diário da Joias e o Medo: liberdades em xeque.....	77
5. A RELAÇÃO DO GÊNERO E JOIAS	81
5.1. A Construção da Identidade de Gênero através da Joia.....	81
5.2. Fazendo e desfazendo gênero através das joias.....	86
5.3. Performance e Performatividade através das joias.....	93
5.2. A identificação do sujeito através das joias	97
6. CONCLUSÃO.....	100
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	103
APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO .	110
APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA.....	114
ANEXO I – PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP	116

1. INTRODUÇÃO

Pré-requisito para uma reprodução física e social em qualquer sociedade (BARBOSA e CAMPBELL, 2006), o estudo do consumo é essencial para se entender o comportamento dos indivíduos perante uma sociedade, bem como sua influência na cultura como um todo. Para Douglas e Baron (2006, p. 103), “o consumo é a própria arena em que a cultura é o objeto de lutas que lhe conferem forma”. É através do consumo que os indivíduos vão se moldando e formando uma nova cultura. Desta forma, o universo é feito de mercadorias, sendo essas necessárias para se dar visibilidade e estabilidade às categorias da cultura, de tal forma que passa a ser prática de estudos, como da etnografia, supor que todas as posses materiais carreguem significados sociais e concentrem a parte principal da análise cultural em seu uso como comunicadores, devido ao fato de que o objetivo geral do consumir seja construir um universo inteligível de acordo com as escolhas dos bens que consome. É através do consumo, dentro de um espaço e tempo disponível que o indivíduo o faz para dizer alguma coisa sobre si mesmo (DOUGLAS e BARON, 2006).

Para McCracken (2003), os bens vão muito além de significar apenas utilitários e portadores de valores comerciais. Eles carregam e comunicam significados culturais. Tais significados estão em constante mutação devido a sua relação com o meio social e a ajuda de todo um corpo de *designers*, produtores, publicitários e consumidores (MCCRACKEN, 2003). É também através da presença do consumo que se apresenta sempre e em todo lugar como um “processo cultural”, que não é em si a “cultura do consumo”, que se tem o caminho para chegar à cultura do consumo, cultura essa que é de suma importância para a prática de significados no dia-a-dia do indivíduo. Desenvolvida no Ocidente durante a modernidade, a cultura do consumo estabelece um acordo social entre a cultura vivida e os recursos sociais, entre modos de vida repletos de significados e os recursos materiais e simbólicos, dominando o consumo através da aquisição de mercadorias e a reprodução cultural que é entendida como uma realização através do livre poder de escolha do indivíduo em sua vida privada (SLATER, 2002).

E é nesse contexto de consumo que se busca entender a formação da identidade. Na modernidade surgiu a identidade através da realização. Bauman (1998, p.30) nos diz que “o projeto moderno prometia libertar o indivíduo da identidade herdada”. O que era fixo na modernidade, nos dias de hoje tem se tornado “líquido” (BAUMAN, 2001), ou seja, instável e a identidade também se tornou flexível como concorda HALL (2006, p. 2) ao afirmar que “o sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado [...]. O próprio processo de identificação, através do qual nós projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático”.

Para Bauman (2001) o que tornou a identidade tão líquida e instável é a liberdade de se poder ir ao “supermercado da identidade”, onde se pode escolher a própria identidade e mantê-la enquanto desejado, tornando assim, um caminho de fantasia, onde somos livres para fazer e desfazer identidade. O autor ainda reforça que a condição *sine qua non* de liberdade é o consumo. Desta forma, nossas identidades passam a ser moldadas pelos bens de consumo, incorporando a identidade dos mesmos. Em paralelo com a ideia de Bauman de que a identidade pode ser feita e desfeita, trazemos para a discussão neste trabalho as ideias de Judith Butler sobre identidade de gênero. Para Butler (1993) o gênero é performativo, buscando se adequar às normas que foram socialmente construídas através da história, sendo assim, o gênero é uma construção, que para autora não passa de uma fantasia que pode ser feita ou desfeita, indo em desencontro com as normas estabelecidas pela matriz heterossexual dos binários masculinos e femininos.

Como visto, o consumo está estritamente ligado na formação do sujeito e é neste caminho que esta dissertação tem como objetivo estudar o consumo de joias e a performance do sujeito para a produção de uma performatividade dos gêneros feminino e masculinos.

1.1. PROBLEMÁTICA

O uso de joias vai muito além do simples consumo para se adornar: ela serve para se comunicar dentro de um contexto social, simbolizando diversas vontades e representatividades dos sujeitos, inclusive para formar seu gênero. A partir da perspectiva de Judith Butler de gênero performativo, esta dissertação pretende buscar o que a joia tem se tornado para os sujeitos dos gêneros feminino e masculino e se ela é ou não um objeto utilizado na atuação da performance dos sujeitos. Diante da introdução que fora feita e como veremos ao longo do referencial teórico, esta dissertação pretende responder a seguinte questão: se a identidade de gênero é performativa, como o consumo de joias se torna um meio para o sujeito construir as identidades de gênero?

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo Geral

Analisar através dos discursos de sujeitos femininos e masculinos o consumo de joias e sua relação com a produção de identidade do sujeito em relação ao seu gênero.

1.2.2. Objetivos Específicos

- ✓ Verificar como se dá construção da identidade de gênero feminino e masculino através do consumo e uso de joias;
- ✓ Compreender a desconstrução da identidade de gênero feminino e masculino através do consumo e uso de joias;
- ✓ Verificar o processo de identificação dos sujeitos dos gêneros feminino e masculino e o uso de joias;

- ✓ Analisar o consumo de joias e sua relação com performance do gênero feminino e masculino;
- ✓ Analisar o consumo de joias e a performatividade de gênero feminino e masculino.

1.3. JUSTIFICATIVAS

O consumo é algo presente em nosso cotidiano, faz parte do nosso dia a dia. A todo tempo, nós, como indivíduos estamos consumindo algo. Barbosa e Campbell (2006, p. 22) dizem que “toda e qualquer sociedade faz uso do universo material para se reproduzir física e socialmente”. Para Douglas e Isherwood (2006), é através do consumo de bens que os indivíduos dizem alguma coisa de si mesmos. Ainda segundo os autores

O consumo é algo ativo e constante em nosso cotidiano e nele desempenha um papel central como estruturador de valores que constroem identidades, regulam relações sociais, definem mapas culturais [...]. Os bens são investidos de valores socialmente utilizados para expressar categorias e princípios, cultivar ideais, fixar e sustentar estilos de vida, enfrentar mudanças ou criar permanências (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p. 8).

Outro ponto a ser destacado pela importância do estudo do consumo é seu papel influenciador na produção de identidade do indivíduo. Autores como Douglas & Isherwood (2006) e Mccracken (2003) afirmam que o principal objetivo do consumo é a construção de identidade. É através do consumo e pelas relações sociais que se constroem as identidades (HALL, 2006). Os indivíduos, portanto, consomem para serem interpretados por outros indivíduos, sendo o consumo a atividade de expressar o “eu”. Para Mccracken (2003, p. 119) “o sistema de consumo supre os indivíduos com os materiais culturais necessários à realização de suas variadas e mutantes ideias do que é ser um homem ou uma mulher, uma pessoa de meia idade ou um idoso, um pai, um cidadão ou um profissional”.

Mas a prática do consumo não interfere apenas o indivíduo em si, influencia também toda uma cultura, surgindo assim a cultura do consumo. É nesta

cultura que se busca os significados no dia a dia (SLATER, 2002). A prática do consumo influencia, portanto, práticas culturais, valores sociais, ideias, aspirações e identidades (SLATER, 2002), ou seja, a forma como enxergamos o mundo e como o construímos através dos significados simbólicos dos bens (MCCRACKEN, 2003). Autores como Douglas e Isherwood (2006), Mccracken (2003) e Slater (2002) apontam o consumo como força motriz da cultura do consumo, que se relaciona com a cultura e os significados nela contido. Além de influenciar os indivíduos e cultura, o consumo influencia toda uma era, tendo destaque neste trabalho a modernidade e a pós modernidade. Na pós modernidade, o consumo tem influenciado na cultura do consumo. Featherstone (1995, p. 122) fazendo menção a Baudrillard diz que “a cultura de consumo é efetivamente uma cultura pós-moderna, uma cultura sem profundidade, na qual todos os valores foram transavaliados e a arte triunfou sobre a realidade”. Já para a modernidade, o consumo tem sido essencial para sua reflexão

o consumo é fundamental para a modernidade e para a reflexão sobre a modernidade, levantando questões de necessidades e identidades, escolha e representação, poder e desigualdade, da relação entre o público e o privado, o Estado e a sociedade, o individual e o coletivo (SLATER, 2002, p. i).

Outro ponto de extrema importância nesta dissertação é a relevância de se entender a identidade e sua construção. Para Bauman (2005, p. 23) “atualmente [...], a ‘identidade’ é o ‘papo do momento’, um assunto de extrema importância e em evidência”. Segundo o autor ainda, vários sociólogos, se ainda vivos, seriam subitamente fascinados por estudar este tema (BAUMAN, 2005). Hall (2014) também observa uma crescente discussão em torno do conceito de identidade. O próprio Hall, em uma publicação recente faz duas perguntas: “qual a necessidade de mais uma discussão sobre ‘identidade’? Quem precisa dela?” e as responde em duas etapas: (1) ele propõe que não se desconstrua tudo que já foi construído e sim, que se utilize dos conceitos passados para construir os conceitos futuros e (2) buscar entender onde e em relação a qual conjunto de problemas emerge a irreduzibilidade do conceito de identidade (HALL, 2014).

É através do consumo que podemos identificar dinâmicas sociais e culturais. Além disso, as influências do consumo intervêm nos mundos modernos e pós-modernos, influenciando desta forma, em toda a formação social que temos nos dias contemporâneos, onde se faz necessário buscar o entendimento sobre os indivíduos para entendermos o que temos consumido e se tornado. Esse trabalho parte, portanto, da justificativa de que o estudo de consumo é essencial para se entender uma sociedade e sua cultura, e sendo através do consumo que ocorrem as construções de identidade, as produções sociais e as categorias culturais de um indivíduo, poderemos estudar a influência de determinados bens na construção da identidade de gênero.

1.4. Estrutura do Trabalho

O presente trabalho está dividido em: (1) Introdução, onde foi apresentado um panorama do que se trata essa dissertação, apresentando também a problemática, o objetivo geral e específicos e a devida justificativa. (2) referencial teórico, que apresentará a literatura sobre consumo, fazendo um apanhado histórico da modernidade até a pós-modernidade, apresentando no final a cultura do consumo. Será abordado a construção da identidade e como é possível fazer e desfazer os gêneros e os conceitos performance e performatividade. O referencial teórico é finalizado falando sobre as joias de ouro, contando sobre sua história e sua utilização relacionada aos gêneros.

No tópico sobre o consumo e cultura do consumo na modernidade e pós-modernidade, o tópico é subdividido primeiramente “história sobre o consumo e modernidade” onde é introduzido o conceito de modernidade com autores como Giddens (2002), Featherstone (1995), Mccracken (2003), Burke (2008), Slater (2002). No mesmo subtópico é feito um apanhado histórico, partindo das referências de autores como Mccracken (2003), Slater (2002), sobre o surgimento do consumo na modernidade, partindo do século XVII, num período chamado elisabetano, até o século XX. Logo após, um segundo subtópico é inserido para apresentar o conceito de pós-modernidade, com autores como Souza (2007), Bauman (1998, 2005, 2008a), Giddens (2002), Filho; Lopes;

Carrascoza (2006), Lyotard (2010), Featherstone (1995) e Hall (2006). Em seguida, o terceiro subtópico apresenta o consumo na pós-modernidade, trazendo como principal autor Bauman (1998, 2005, 2008a). E por fim, é feito no quarto subtópico a apresentação do conceito de cultura do consumo, com Slater (2002), Featherstone (1995), Mccracken (2003) e Douglas e Isherwood (2006).

Após todo o contexto sobre modernidade, pós modernidade e consumo apresentado, é apresentado um segundo tópico sobre identidade. Dentro deste tópico é feita uma introdução da construção da identidade, tendo como autores principais Bauman (1998, 2005, 2008a) e Hall (2006), citando também autores como Foucault (1979) e Souza (2014). Buscando dar ênfase no gênero feminino, é inserido um subtópico sobre gênero feminino, onde tem como autores Butler (1993), Lauretis (1994), Moore (2015), Hall (2014), Foucault (1979, 1985, 1987, 1988, 2002), Bourdieu (2007), Arán, (2006) e West e Zimmerman (2014), tendo como principal abordagem o conceito de gênero como performance.

No último tópico do referencial teórico é apresentado um histórico das joias de ouro, que inicia com uma breve introdução do poder do ouro, partindo para um subtópico que apresenta uma abordagem histórica das joias, desde a pré-história até os dias contemporâneos, tendo como principal autora a Gola (2008).

No tópico (3) foi apresentado a metodologia, assim como o método utilizado (qualitativo), a produção dos dados, através de entrevistas individuais, a apresentação dos participantes e como eles foram identificados, a análise dos dados obtidos e por fim, será apresentado os aspectos éticos, que dão respaldo legal a esta dissertação.

No tópico (4) apresenta de fato a análise dos dados obtidos. Este tópico é dividido em Consumo de joias, que abordará os principais motivos pelo qual os sujeitos entrevistados consomem e usam joias e o segundo tópico está

relacionado ao gênero o as joias, onde buscou-se apresentar a construção da identidade de gênero, o fazer e desfazer gênero, performance e performatividade e por fim, a identificação do sujeito através do uso de joias.

Na mais tendo a apresentar, o tópico (6) encerrará as discussões com a uma conclusão final.

Toda essa dissertação teve com base diversas literaturas bibliográficas que serão apresentadas no tópico (7) de referências bibliográficas.

Outras contribuições foram inseridas nos apêndices e anexos finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. CULTURA DO CONSUMO NA MODERNIDADE E PÓS-MODERNIDADE

A grande revolução Ocidental não é apenas a “revolução industrial”, mas inclui-se também a “revolução do consumo”, sendo que não se tem um consenso para dizer que a “revolução do consumo” se deu pela “revolução industrial” (SLATER, 2002), pois há autores, como McCracken (2003), que afirmam uma ignorância por parte de outros autores a respeito da revolução do consumo de achar que ela não ocorreu junto a revolução industrial, já que essa é uma companheira necessária da revolução industrial. Se a Revolução industrial e a revolução do consumo iniciaram juntas não se sabe ao certo, mas se faz necessário compreender as questões sobre consumo e cultura do consumo em relação aos problemas e temas centrais do pensamento social da modernidade (SLATER, 2002). Indo além, o autor afirma que

o consumo é fundamental para a modernidade e para a reflexão sobre a modernidade, levantando questões de necessidades e identidades, escolha e representação, poder e desigualdade, da relação entre o público e o privado, o Estado e a sociedade, o individual e o coletivo (SLATER, 2002, p. i).

Desta forma, buscou-se fazer neste tópico uma retrospectiva do consumo, partindo do conceito de modernidade e em seguida, trazer essa história do consumo e como ela influenciou a cultura do consumo, a modernidade e nos dias contemporâneo, a pós-modernidade.

2.1.1. História sobre o consumo e a modernidade

O termo modernidade em si conota a uma época que surgiu com o Renascimento e, do ponto de vista da sociologia alemã, aparece no final do século XIX e começo do século XX, contrapondo a ordem tradicional, instigando uma progressiva racionalização e diferenciação da economia e

administração do mundo social. Tais processos resultaram no chamado Estado capitalista-industrial, sendo oposto à antiguidade (FEATHERSTONE, 1995). Para Giddens (2002) a modernidade refere-se às instituições e modos de comportamento estabelecidos pela primeira vez na Europa depois do sistema feudal, tendo maior impacto no século XX

A modernidade pode ser entendida como aproximadamente equivalente ao “mundo industrializado” desde que se reconheça que o mundo industrializado não é sua única dimensão institucional. Ele se refere às relações sociais implicadas no uso generalizado da força material e do maquinário nos processos de produção. [...] Uma segunda dimensão é o capitalismo, sistema de produção de mercadorias que envolve tanto mercados competitivos de produtos quanto a mercantilização da força de trabalho (GIDDENS, 2002, p.21).

A modernidade produz diversas formas sociais que muitas vezes são distintas. Devido ao seu dinamismo robusto, a modernidade tem como destaque seu modo de mudança social marcante, além da amplitude e da profundidade em que as práticas sociais e os modos de comportamento são atingidos. A forma dinâmica do modernismo se dá devido a três elementos ou conjunto deles: (1) separação entre tempo e espaço, de tal forma que não se faz mais necessário que o “quando” esteja conectado com o “onde”, incluindo o sistema global; (2) desencaixe das instituições sociais que é o deslocamento das relações sociais dos contextos locais e sua rearticulação através das partes indeterminadas do espaço-tempo realizados por dois mecanismos: (a) as “fichas simbólicas” que são meios de trocas com valor padrão que podem ser intercambiáveis (dinheiro) e o (b) “sistema especializado” colocando o tempo e espaço entre parênteses dispondo dos modos de conhecimento técnico, que independem dos praticantes e dos clientes que utilizam, penetrando todos os aspectos da vida social, sendo importante tantos os médicos como os engenheiros, por exemplo, que faz surgir um elemento chamado *confiança*, na qual, confiamos uns nos outros quanto aos riscos e situações que somos expostos; e por fim, a (3) reflexividade que regulariza o conhecimento sobre os fatos da vida social, de tal forma que a modernidade busca esconder a certeza do conhecimento, tornando a ciência sempre aberta à revisão, o que para a classe científica é normal, mas se torna altamente perturbador para os indivíduos comuns (GIDDENS, 2002).

Mas para se chegar a modernidade como é vista, muita coisa aconteceu. Entrando de fato na história do consumo, a comunidade histórica como Braudel e McKendrick relatam a revolução do consumo não apenas como uma mudança de gosto, hábitos e preferências, mas como uma mudança fundamental na cultura do mundo, modificando conceitos ocidentais de tempo, espaço, sociedade, indivíduo, família e estado. Mudanças nos meios e fins não fariam sentido sem uma mudança comensurável nos gostos e preferências dos consumidores (MCCRACKEN, 2003). Mas olhando para o passado, antes da revolução industrial, podemos notar que o consumo tem um papel fundamental para a cultura e para a história da humanidade. Dessa forma McCracken (2003), analisa a história do consumo em três grandes momentos: o consumo na Inglaterra do século XVII, chamado período elizabetano; o consumo do século XVIII e por fim, o consumo do século XIX. Já Burke (2008) divide a cultura do consumo em quatro momentos: século XVII, metade do século XVIII, meados do século XIX e o período entre 1940 e 1970. Outro autor que se faz importante a citação é Slater (2002), que nos ajudará a ampliar o campo de visão sobre essa retrospectiva.

No período elizabetano, no século XVII, os nobres ingleses começaram a gastar de forma exacerbada, transformando de forma drástica seu mundo de bens e consumo. Os nobres passaram a ter gastos exorbitantes, mantendo seus sítios e uma casa em Londres. Os encontros eram regados a fartos banquetes e as roupas eram magníficas. Elizabeth I, diante de grandes recursos ao seu dispor, se pôs a consumir em um nível até então não visto, sendo a hospitalidade e o vestuário, supercarregados de simbolismos, o ápice de seus gastos. Diante disso, surgiu nesse período elizabetano, uma nobreza inglesa que passou a competir por posição social. Quando essa nobreza saía de seu ambiente onde sua hegemonia era suprema e vinha para Londres, eles competiam com diversos outros nobres pela atenção da rainha e, conseqüentemente, por um lugar de destaque social. Isso fez com que esses nobres se empenhassem em gastar, esbanjando tudo que ganhassem. Os bens passaram a ser adquiridos para aumentarem a representatividade e a honra da família (MCCRACKEN, 2003).

Porém, o consumo passou a possuir uma ideologia por trás, sendo que o novo nem sempre representaria o *status* para a família, por consequência, surge então o sistema de pátina. Pátina é uma oxidação das tintas e metais, como o cobre e bronze, mas seu conceito pode ser resumido por uma palavra: antiguidade. Através dos objetos, mobília, joias, cutelaria, construções e outros, eles receberam uma superfície que guardavam em si pequenos símbolos. A pátina era uma propriedade física da cultura material, funcionando com uma espécie de prova da longevidade da família e representava sua duração de *status* de bem-nascidos. Vale ressaltar que a pátina não buscava *status*, mas sim, autenticá-lo, sendo uma prova visual (MCCRACKEN, 2003). Burke (2008) reforça que foi no século XVII que se teve o crescimento da moda, seja tal como fenômeno, como por palavras, que estavam associadas com as mudanças na comunicação, devido ao fato que foi nesse século que se deu a era da invenção do jornal e do periódico, entre eles, publicações especializadas em moda. E esse processo irá influenciar os séculos seguinte.

Se no período elizabetano os bens eram carregados de símbolos através da “pátina”, agora os símbolos são carregados pelo novo e o que vigora é o sistema de moda. O que começa acontecer no final do século XVII começa a tomar mais força agora no século XVIII (BURKE, 2008). É observado no segundo período destacado por McCracken (2003) uma explosão do consumo, com o mundo dos bens expandido drasticamente para incluir novas oportunidades de consumo, alterando, por tanto, a configuração de espaço e tempo que é reconfigurada para acomodar o consumo e torná-lo um elemento central da atividade social e pessoal. É ainda no século XVIII que se vê o “nascimento” da sociedade do consumo, os primórdios da cultura de consumo moderno, sendo a competição social a força-motriz desse período. Proporcionado por um nível de prosperidade, as classes subordinadas que antes só observavam agora podiam ser participantes neste consumo. O consumo passa então a se instalar com maior frequência em novos lugares, sob novas influências, por novos grupos e por influência das necessidades culturais e sociais. É na metade do século XVIII que países como França, Grã-Bretanha e outros da Europa são marcados pela comercialização do lazer e

pela ascensão da moda lançadas pelos fabricantes. Depois da Revolução Francesa, o interesse por moda se tornou crescente (BURKE, 2008). É nesse período que o consumo e cultura são essencialmente ligados, onde o significado cultural dos bens como informante de identidades sociais surge e é utilizado até os dias de hoje. De forma geral, é no século XVIII que surge o “consumo de massa” e o “mundo dos bens” (MCCRACKEN, 2003), surge então, a cultura do consumo (SLATER, 2002).

Com elementos que foram introduzidos e caracterizam o consumo até os dias de hoje, o último período destacado por McCracken (2003) ocorre no século XIX. Neste século não houve um “*boom*” de consumo e sim uma revolução do consumo. A grande marca dessa revolução é o surgimento de novos “estilos de vida de consumo” que foram influenciados pelas técnicas de *marketing* com o emprego de novas estéticas e motivos culturais e sexuais embutindo ainda mais significados sociais aos bens. Os estilos de vidas são: (1) estilo de vida de consumo de massa, adotando novas e fantásticas fantasias de ideias de luxúria, instigados pelo surgimento das lojas de departamentos e das técnicas de *marketing*; (2) estilo de vida da elite, que colocava a estética e a arte como superior, criando um novo consumo a fim de criar uma nova aristocracia, ridicularizando o excessivo consumo burguês e aristocrático, criando então uma aristocracia que fazia por onde por esse título, consumindo de forma mais seletiva; (3) estilo de vida de modo democrático, que também era contra a aristocracia da burguesia, porém, esse novo estilo de vida não buscava uma nova aristocracia, mas um consumo acessível, modesto e digno, afastando os consumidores das preocupações com os bens, criando um consumo incentivando um estilo de vida mais simplório. Neste período os bens são vistos com uma forma de ressocialização do povo e ocorre, com grande destaque, o surgimento das lojas de departamento que expunham os bens criando um novo ambiente de consumo onde desejo e matéria, sonho e comércio eram vividos. Era necessário então despertar o desejo dos consumidores e novas mídias foram utilizadas para isso, tal como o cinema (MCCRACKEN, 2003).

Dando continuidade, é ainda em meados do século XIX, século marcado pela democratização do lazer e da moda, que surgem as lojas de departamento,

como também apresenta Burke (2008). As lojas de departamentos passaram a ter arquitetos para elaborar e decorar esses espaços. Nestes ambientes quase teatrais e deslumbrantes, os consumidores potenciais eram incentivados a admirar o que era exposto, tornando os produtos uma espécie de espetáculo. Além de entrar para comprar, o indivíduo era levado para comer nas salas de chás, nos restaurantes, escutar orquestras e outros entretenimentos que cabiam dentro das lojas de departamento. Os padrões de consumo deste século ajudaram a definir a identidade de subculturas como dândi, a boêmia e “apache”, além de definirem tribos como: os *mods*, os *rockers*, os *skinheads*, os *punks* e outros (BURKE, 2008).

Fazendo a colheita do que fora plantado no século passado, a década de 1920 marca uma época consumista, onde se vê o progressivo crescimento dos bens de consumo em torno da produção em massa das manufaturas, tornado a cultura do consumo mais madura, através da manufatura em massa, disseminação geográfica e social do mercado, racionalização da forma e organização da produção (SLATER, 2002). Todo esse movimento em torno do consumo que fora apresentado influenciou a cultura do consumo e a visão de modernidade, tornando o mundo um lugar cada vez mais acelerado. Mas anos mais tarde, todo esse consumo em massa, com toda as possibilidades de escolhas irá tornar o mundo “líquido”, “tardio” ou “descartável”. Como veremos nos próximos tópicos, será apresentado a pós-modernidade e a cultura de consumo. Entenderemos o que é a cultura do consumo e sua relação com a modernidade e pós-modernidade.

2.1.2. A pós-modernidade

O conceito de pós-modernidade não é um conceito tão fácil de se apresentar. Para Souza (2007), o conceito de pós modernidade pode divergir em: (1) ontologia, período histórico, épocas e *ethos* social, não restringindo apenas ao campo do conhecimento; e (2) epistemologia, sendo uma corrente teórica, de tradição intelectual e filosófica de pensamento, em suma, uma corrente de pensamento. Além disso, o termo foi renomeado por alguns autores, tendo

como exemplo “modernidade líquida” de Bauman (1998, 2005) e modernidade tardia de Giddens (2002) entre outros.

O termo foi empregado pela primeira vez por pelo historiador Arnold Toynbee, em 1947 (FILHO; LOPES; CARRASCOZA, 2006) e foi ganhando força até ser teorizado por Lyotard em 1979, que altera o estatuto do saber em relação da era pós-industrial, advinda da tecnologia, afetando as pesquisas e transmissão de conhecimentos, onde o mesmo passou a ser produzido e vendido (LYOTARD, 2010). Para outros autores, trazer o conceito de pós-modernidade é propor uma mudança de época, uma interrupção da modernidade. Baudrillard e Lyotard admitem um caminhar pós era industrial. Autores como Fredric Jameson propõem o conceito com uma datação mais definida, onde o pós-modernismo é o dominante cultural ou a lógica cultural da terceira grande etapa do capitalismo, ou capitalismo tardio, originário pós-Segunda Guerra Mundial (FEATHERSTONE, 1995).

Denominando a pós-modernidade de “modernidade líquida”, Bauman (1998) nos apresenta o conceito de pós-modernidade como algo que veio para ficar, desconfigurando as certezas do mundo moderno pelas incertezas do mundo pós-moderno: “o mundo moderno está se preparando para a vida sob uma condição de incerteza que é permanente e irreduzível” (BAUMAN, 1998, p.32). Bauman (1998) ainda descreve quatro características da “modernidade líquida”: (1) Nova desordem mundial, onde ocorre a queda de força e reputação dos países e blocos econômicos vistos, anteriormente, como supremacias e detentores do poder, (2) desregulamentação universal, através da liberdade concedida ao capital e às finanças à custa de outras liberdades, a quebra das redes de segurança que foram construídas de forma social e sustentadas de forma societária, (3) ruptura das redes formadas pela família e comunidade local e (4) mensagens altamente persuasivas transmitidas pelos maiores meios de comunicação, com mensagens de indeterminação e maleabilidade. Para Bauman (2005), o que movimenta o mundo tem sido o consumo e é através do consumo que os indivíduos criarão máscaras identitárias que poderão ser substituídas a qualquer momento, de forma a ser conveniente. O autor diz

ainda que a pós modernidade não veio para substituir a modernidade e que sim, é uma continuidade (BAUMAN, 1998).

Para Hall (2006) a pós-modernidade é uma fragmentação, onde a sociedade contemporânea tem sofrido mudanças em suas estruturas, causando uma quebra nas culturas de classe, gênero, etnia, sexualidade e identidade – classes essas que serviam de abrigo para os indivíduos. Essas fragmentações trouxeram uma crise de identidade do indivíduo, tornando o sujeito “descentralizado”, onde o sujeito coerente, estável e unificado fica na modernidade. O sujeito da pós-modernidade é fragmentado e instável.

Giddens (2002) denomina a pós-modernidade como “modernidade tardia”, denominação essa dada devido ao autor acreditar que a pós modernidade é uma continuidade da modernidade, pois a modernidade não é somente uma mudança cada vez mais acelerada, é também uma forma de refletir a sociedade tradicional e combater o passado. Desta forma, o pós-modernismo romperia com a tradição. Sendo assim, a pós-modernidade alterou o mundo de forma econômica, social, cultural e, principalmente a forma de consumo dos indivíduos e a construção de identidade. Diante disso, os próximos tópicos irão apresentar como se dá a construção da identidade e o consumo como instrumento de tal construção.

2.1.3. Consumo na pós-modernidade

Na pós-modernidade, temos um arranjo social chamado “consumismo”, um atributo da sociedade, que o torna basicamente uma característica e uma posição ocupada pelos indivíduos, diferente do consumo. Resultante de reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, o consumismo é a principal força propulsora e operativa da sociedade, coordenando a produção sistêmica, a integração e a estratificação social, além de formar indivíduos humanos, desempenhando um papel vital na construção da auto-identificação individual e grupal (BAUMAN, 2008a).

Passamos então, na pós-modernidade, da sociedade de produtores, para sociedade de consumidores. Intitulada também de fase “sólida”, a sociedade de produtores era, basicamente, pautada na segurança, optando por um desejo do indivíduo na busca por um ambiente confiável, ordenado, regular, transparente e duradouro, sendo a segurança a longo prazo o propósito principal e de maior valor e não o desfrute de prazer imediato. A segurança neste período era simbolizada pela posse de grandes volumes de bens (BAUMAN, 2008a). Mas o anseio por segurança e por viver uma vida estável não fizeram sentido numa sociedade de consumidores. Na fase “líquida”, pelo contrário, a estabilidade se torna o principal risco, causador de rompimento e mau funcionamento. O ambiente líquido é imprevisível, sendo contrário ao planejamento, investimento e armazenamento de longo prazo (BAUMAN, 2008a).

O tempo na pós-modernidade também sofreu uma transformação drástica. O tempo não é algo que gira em torno de ciclos e nem de forma linear, e sim, de forma pontilhista ou pontuado, marcado por rupturas e descontinuidades, fragmentado por diversos “instantes eternos”. A vida pontilhista enterra diversas possibilidades imaginárias, fantasiosas ou negligenciadas e irrealizadas. Dependendo do ponto de vista, a vida pontilhista pode ser um cemitério de oportunidades desperdiçadas: “num universo pontilhista, as taxas de mortalidade infantil das esperanças, assim como as de aborto natural ou provocado, são muito elevadas” (BAUMAN, 2008a, p. 47). Na vida pontilhista, é dever de cada “praticante da vida” por ordem nos pontos com configurações dotadas de significados (BAUMAN, 2008a).

Além de “líquido”, podemos apresentar outros termos adotado por Bauman (2008a), emprestados de Stephen Bertman: cultura agorista e cultura apressada. Esses termos se encaixam bem no termo “líquido” cunhado por Bauman pelo fato do consumismo “líquido” ser notável pela grande transformação do significado de tempo. Para as culturas “agoristas” ou “apressadas” não se tem uma segunda chance para as oportunidades que passaram. A prudência se tornou em não deixar uma oportunidade passar, não importando o quão rápido você vá. Se antes ouvimos frases do tipo “tente outra vez”, nos dias contemporâneo ouvimos “não se deve chorar pelo leite

derramado” (BAUMAN, 2008a). Mas o que realmente se busca nos dias de hoje é uma vida feliz. Para a sociedade líquida, a felicidade ocorre de forma rápida e contínua. A felicidade vai além nos dias contemporâneo na busca pelo prazer: “a sociedade de consumidores talvez seja a única na história humana a prometer felicidade na vida terrena, aqui e agora e a cada ‘agora’ sucessivo” (BAUMAN, 2008a, p. 60).

Toda essa euforia trazida pelo consumismo interferiu na cultura do consumo. Estamos imersos em uma finitude de escolhas que, de forma leviana, traz ao indivíduo a sensação de escolha e liberdade. Podemos tratar os dois termos como sinônimos, devido ao fato de, ao mesmo tempo, poder se abstrair da escolha e subjugar a liberdade. Além disso, faz parte desta cultura a extravagância e o exagero. “Consumidores plenos não ficam melindrados por destinarem algo para o lixo [...]. Os mais capazes e sagazes adeptos da arte consumista sabem que se livrar de coisas que ultrapassaram sua data de vencimento é um evento a se regozijar” (BAUMAN, 2008a, p. 112). Porém, todo esse excesso produzido tem tornado a vida do indivíduo ainda mais incerta, tornando cada vez mais uma sucessão de tentativas e erros. “Garantam suas apostas – essa é a regra de ouro da racionalidade do consumidor” (BAUMAN, 2008a, p. 113).

Com um mundo repleto de movimentos e movimentos cada vez mais rápidos, surgem então, na mesma velocidade, novas necessidades. Novas necessidades exigiram novas mercadorias. A produção de mercadorias também sofreu uma drástica mudança na pós modernidade, indo de “bens duráveis” para “produtos perecíveis projetados para a obsolescência imediata”, devido ao fato da felicidade estar associada não a satisfação das necessidades e sim, a uma quantidade e intensidade de desejos crescentes, implicando num rápido consumo e substituição imediata dos bens (BAUMAN, 2001, 2008a).

Para Bauman (2005) o modo consumista faz com que a os objetos sejam apenas para satisfazer os indivíduos e de forma rápida, perdendo a utilidade ao deixar de satisfazer o indivíduo:

o “modo consumista” requer que a satisfação precise ser, deva ser, seja de qualquer forma instantânea, enquanto o valor exclusivo, a única ‘utilidade’ dos objetos é a sua capacidade de proporcionar satisfação. Uma vez interrompida a satisfação [...], não há motivos para entulhar a casa com esses objetos inúteis (BAUMAN, 2005, p. 70).

A vida do consumidor e de consumo passam então a não se referir mais a ter posses ou bens, nem se livrar do que foi adquirido ontem e exibido com orgulho amanhã e sim, com estar em movimento. A satisfação pelo que foi adquirido se torna uma experiência naquele momento e isso deve ser admirado, caso contrário, a satisfação duradoura, deve parecer aos consumidores algo desagradável. A satisfação está associada com a estagnação, por tanto, nossas necessidades nunca podem ser supridas (BAUMAN, 2008a). O mercado de consumo tende a desvalorizar de forma mais rápida suas antigas ofertas, afim de que novas ofertas surjam. Bauman (2008a, p. 128) salienta que

A cultura consumista é marcada por uma pressão constante para que sejamos alguém mais [...]. Mudar de identidade, descartar o passado e procurar novos começos, lutando para renascer – tudo isso é estimulado por essa cultura com um dever disfarçado de privilégio.

Com esse desfecho apresentando a cultura consumista por Bauman (2008a), o próximo tópico irá escavar mais a cultura do consumo em si, apresentado as suas características principais.

2.1.4. A Cultura de consumo

A cultura do consumo, na ideia de Slater (2002), sugere que as práticas sociais e os valores culturais, ideias, aspirações e identidades básicas são definidas e orientadas pelo consumo: “descrever uma sociedade em termos de seu consumo e supor que seus valores essenciais derivam dele é uma postura que não tem precedentes”, afirma Slater (2002, p. 32), ou seja, os valores dominantes de uma sociedade não são só organizados pelas práticas de consumo, mas são derivados delas, de tal forma que invade outros domínios da ação social, sendo a sociedade moderna, em sua totalidade, uma cultura de consumo, pois o consumo é parte crucial da vida dos indivíduos, onde se cria

novas áreas da vida social através dos bens. O que centraliza a cultura do consumo é a forma pela qual ela articula questões centrais de como devemos e queremos viver as questões relativas à forma de organização da sociedade, isso no plano cotidiano: estrutura material e simbólica de locais frequentados, alimentos consumidos, roupas utilizadas. Até mesmo os objetos mais simples nos mostram quem somos e a imagem que queremos transmitir (SLATER, 2002).

Para Featherstone (1995, p. 121), a cultura do consumo expressa que “o mundo das mercadorias e seus princípios de estruturação são centrais para a compreensão da sociedade contemporânea”. Na visão do autor, a cultura do consumo desenvolve duas questões: (1) na dimensão cultural econômica, os bens passam a ser “comunicadores” e não apenas utilidades; e (2) no âmbito econômico, os princípios de mercado – oferta, demanda, acumulação de capital, competição e monopolização – ocorrem na esfera dos estilos de vida, bens culturais e mercadorias. Featherstone (1995, p. 122) fazendo menção a Baudrillard diz que “a cultura de consumo é efetivamente uma cultura pós-moderna, uma cultura sem profundidade, na qual todos os valores foram transavaliados e a arte triunfou sobre a realidade”. A estetização da realidade colocou a importância do estilo em primeiro lugar, estimulada pela dinâmica do mercado moderno, tornando constante a procura pelo novo: novas modas, novos estilos, novas sensações e novas experiências. Os indivíduos da cultura do consumo não adotam um estilo de vida de forma impensada, mas de forma que o transforma num projeto de vida onde manifestam individualidade e senso de estilo na especificidade do conjunto de bens, roupas, práticas, experiências, aparências e disposições corporais. Além disso, o indivíduo se comunica através de posses maiores, como casa, mobiliário, decoração, carrões e outras (FEATHERSTONE, 1995).

Na cultura do consumo, o consumo se torna não apenas o consumo de valores de uso, de utilidade material, mas primordialmente como consumo de signos (FEATHERSTONE, 1995). Portanto, os bens vão muito além de significar apenas utilitários e portadores de valores comerciais, eles carregam e comunicam significados culturais. Tais significados estão em constante

mutação devido à sua relação com o meio social e a ajuda de todo um corpo de *designers*, produtores, publicitários e consumidores (MCCRACKEN, 2003). Douglas e Baron (2006) citando Lancaster dizem “que os indivíduos estão mais interessados nas características do bem do que no próprio bem”. O próprio McCracken (2003) criou um esboço que ilustra (figura 1.) a trajetória tradicional ao movimento dos significados, que passa do mundo culturalmente constituído para o bem de consumo. Compreender a plena qualidade móvel do significado cultural e de consumo pode ajudar a visualizar pedaços da complexidade do consumo atual e revelar com mais detalhes o que é ser uma “sociedade de consumo” (MCCRACKEN, 2003).

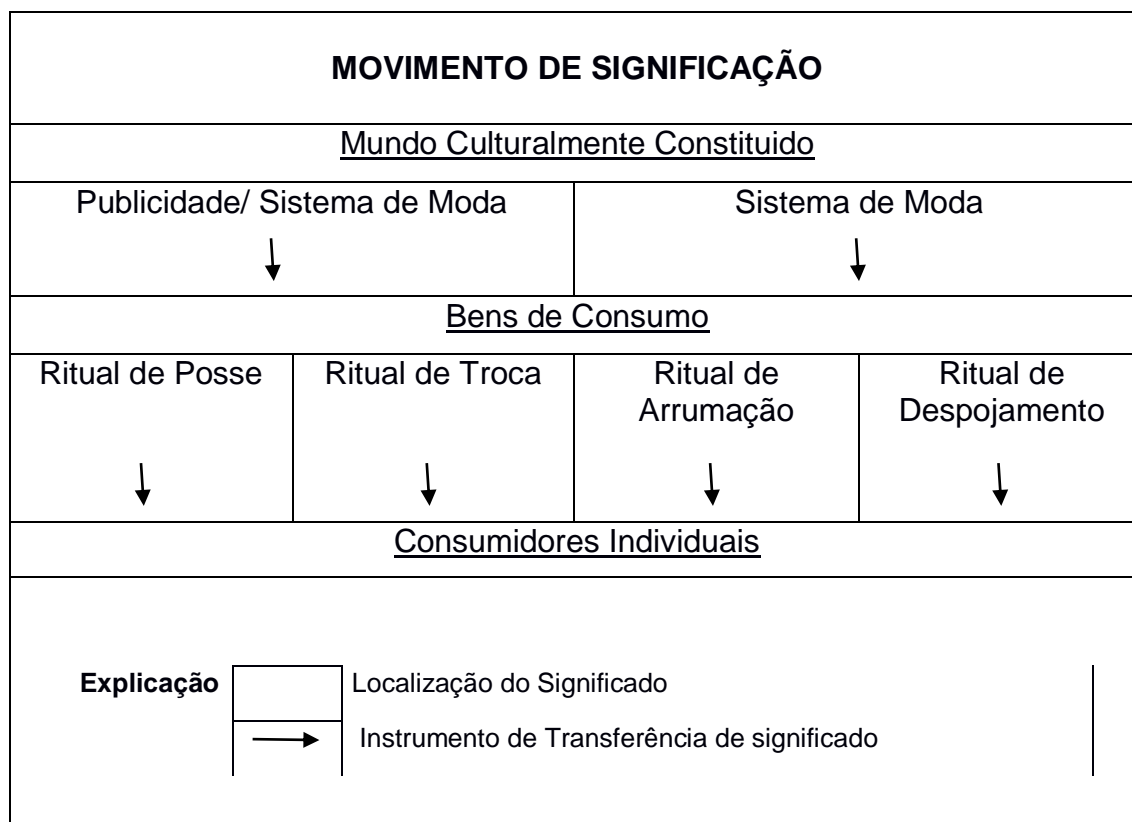


Figure 1. Movimento de Significação. McCracken (2003).

A representatividade por trás deste quadro é que há três locais onde o significado se encontra: o mundo culturalmente constituído, o bem de consumo e o consumidor individual, e existem dois momentos de transmissão dos significados: do mundo para o bem e do bem para o indivíduo (MCCRACKEN, 2003). Mas não podemos parar por aí, é preciso ir a fundo, entendendo parte a parte deste quadro para compreender a cultura do consumo.

O “mundo culturalmente constituído” é a localização onde se encontra os significados dos bens. Este mundo é constituído de experiências cotidianas através do qual o mundo dos fenômenos se apresenta aos sentidos do indivíduo, constituído e moldado por crenças e pressupostos de sua cultura. O mundo culturalmente constituído é conformando pela cultura de duas maneiras: (1) a primeira é que a cultura detêm as lentes pelo qual todos os fenômenos são vistos, determinando como esses fenômenos serão vistos e assimilados, em (2) segundo, a cultura é um plano de ação da atividade humana, determinando de que forma ocorrerá as ações sociais e atividades produtivas, especificando objetos e comportamentos emanados (MCCRACKEN, 2003).

A transferência de significado do mundo para os bens ocorre através de dois canais: a publicidade, que atua unindo um bem de consumo à uma representação do mundo culturalmente constituído dentro dos padrões de anúncio específico. O ápice da publicidade é quando o código atribuído por ela é decodificado pelo consumidor e ele consome as propriedades do bem; e o sistema de moda, que é outro instrumento de movimentação de significado, operando os significados do mundo culturalmente constituído para os bens, tomando novos estilos de se vestir, mobiliar a casa e etc. unindo-os às categorias e princípios culturais estabelecidos. O diferencial da moda é que ela realmente inventa novos significados culturais, que muitas vezes ocorre através de líderes de opinião (estrelas de cinema, celebridades, revistas e outros) e também pode afetar de reforma radical a cultura, com significados que muitas vezes tem origens em indivíduos marginalizados, como: *hippies*, *punks*, *gays* e etc. (MCCRACKEN, 2003).

Mas todo significado que é transferido do “mundo culturalmente constituído” deve estacionar em algum lugar para que ele possa se tornar tangível e visível, e é por isso que existem os bens de consumo, que são o *locus* do significado cultural. Vestuário, transporte, comida, casas, ornamento, dentro outros são todos mídias para se expressar o significado cultural que o mundo foi constituído (MCCRACKEN, 2003). Mas nem sempre quem os possuem percebe esses significados e é a partir deste ponto que McCracken (2003) apresenta outros quatro instrumentos ou rituais de transferência de significado,

agora do bem para o consumidor. São eles: (1) ritual de troca, onde o consumidor é doador-de-presente, adquirindo o mesmo pelo significado que ele tem e com a intenção de que o receptor do presente decifre o código por trás do presente, desta forma, todo doador-de-presente é um agente de transferência de significado; (2) ritual de pose, na qual o indivíduo possui um bem e despende tempo limpando, discutindo, comparando, mostrando e etc. de sua nova posse. Através da posse de um bem, os indivíduos podem utiliza-lo para marcar, espaço e ocasião e fazer uso fruto de seus significados para discriminar as categorias sociais atreladas ao bem, como classe social, status, gênero, idade, ocupação e etc. Através da posse do bem, o indivíduo também tem a posse de suas qualidades; (3) ritual de arrumação, onde a validade do bem faz com que o indivíduo busque seus significados de forma repetida, se encontra em roupas, penteados e *looks* que lhe servem de apoio para se apresentar a determinado local e mostrar-se através dos significados desses bens; por último, o (4) ritual de despojamento, que é uma confusão entre o consumidor e o bem de consumo, que passa associar as propriedades pessoais de que a possui, de tal forma que quem compra um carro usado, por exemplo, consegue “libertar” o significado do bem adquirido e reivindicá-lo para si (MCCRACKEN, 2003). Para Douglas e Baron (2006, p. 112):

Viver sem rituais é viver sem significados claros e, possivelmente, sem memórias. Alguns são rituais puramente verbais, vocalizados, não registrados; desaparecem no ar e dificilmente ajudam a restringir o âmbito da interpretação. Rituais mais eficazes usam coisas materiais, e podemos supor que, quanto mais custosa a pompa ritual, tanto mais forte a intenção de fixar os significados. Os bens, nessa perspectiva, são acessórios rituais; o consumo é um processo ritual cuja função primária é dar sentido ao fluxo incompleto dos acontecimentos.

Por fim, a localização do significado cultural se assenta sobre o consumidor, de tal forma que o indivíduo extraí dos bens os significados que cada um busca, onde os indivíduos, através do consumo, se engajam no contínuo empreendimento para criação de si, sendo que essa construção de si está em plena construção e movimento (DOUGLAS e BARON, 2006; MCCRACKEN, 2003). É a partir dessa noção de transferência de significado do mundo para os bens e dos bens para o indivíduo que iremos analisar nos próximos tópicos, a

construção da identidade, principalmente a construção da identidade de gênero, que é trazido como performativa e pode fazer uso de alguns objetos, no caso deste trabalho, as joias, para auxiliar os sujeitos em suas performances para construção do gênero.

2.2. A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE

Chegar a uma conclusão sobre conceito de identidade é algo complexo (HALL, 2006). Os dias também não estão nada lentos. Com movimentos cada vez mais acelerados, tem ocorrido diversas transformações a todo o momento e esses movimentos e transformações tem atingindo os indivíduos e suas identidades. Para Hall (2006), todo esse movimento que estamos vivendo nos dias atuais tem causado uma “crise de identidade”. Para o autor, “as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado” (HALL, 2006, p. 7). O autor atribui parte das rupturas que o indivíduo vem sofrendo em sua identidade ao processo de globalização que o mundo vem vivendo ao longo dos anos.

Hall (2006) divide, em sua concepção, a identidade em três momentos distintos: (1) o sujeito do iluminismo, onde o sujeito tinha sua concepção humana com um indivíduo centrado, unificado, capaz de raciocinar, dotado de consciência e ação cujo o “centro” era o núcleo interior, surgindo no nascimento do indivíduo e se desenvolvia, mas permanecia contínuo ou idêntico ao longo da existência do sujeito. Esse “centro” do indivíduo no iluminismo era sua “identidade”; (2) o sujeito sociológico, que era reflexo da complexidade do mundo moderno e atacava o conceito de “centro” do sujeito do iluminismo onde o “centro” não era autônomo e nem autossuficiente, mas sim formado no relacionamento com outras pessoas que mediavam os valores, sentidos e símbolos – a cultura – dos mundos habitado pelo sujeito. Em suma, o sujeito possui um “centro” real, mas esse é modificado através das interações com outros sujeitos, outras culturas e outras identidades que o mundo exterior oferece, ou seja, o indivíduo se molda da forma como ele vê o mundo e é essa

mudança no mundo exterior que tem criado o (3) sujeito pós moderno, pois o sujeito que era estável e unificado, agora está se tornando fragmentado, transformando o próprio processo de identificação, na qual se projeta as identidades culturais em provisório, variável e problemático, onde a identidade do sujeito não é mais fixa, essencial ou permanente. A identidade, definida de forma histórica e não biológica do sujeito pós-moderno, tornou-se uma “celebração móvel”, formada e modificada em relação as formas que representamos ou interpelamos nos sistemas culturais que nos rodeiam, onde o indivíduo assume diferentes “eu” incoerentes, de acordo com o momento. A identidade unificada, completa, segura e coerente em sua plenitude não passa de uma utopia (HALL, 2006).

Para Louro (2001) a identidade é definida de forma cultural e histórica, existindo inúmeras identidades. São essas identidades distintas que transformam o indivíduo em sujeito, na medida que ele é interpelado em diferentes situações, instituições ou grupos sociais. Reconhecer-se em uma identidade exige responder de forma positiva a uma interpelação e buscar um sentido de pertencer a determinado grupo social de referência. Mas se tornar um sujeito não é tão simples, pois somos sujeitos de múltiplas identidades e essas identidades podem cobrar, simultaneamente, lealdade distinta, divergências ou contradições. Tais identidades podem ainda ser transitórias, sendo atraentes em determinado momento e serem descartadas em outros, como exemplo, um funcionário que se torna patrão, que rompe com a identidade de funcionário e assume uma nova identidade (LOURO, 2001a).

Os dias contemporâneos tornaram-nos incompletos, não conseguimos mais usufruir de um bem-estar. Para Bauman (2001), olhamos para nossos vizinhos e enxergamos a vida deles com uma obra de arte, porém, nossa distância deles sempre nos mostra uma imagem desfocada da real imagem. Acreditamos que esses “vizinhos” tenham suas vidas como uma obra de arte e a nossa é sempre incompleta. Lutamos então para ter uma vida que também seja uma obra de arte: “essa obra de arte que queremos moldar a partir do estofado quebradiço da vida chama-se: ‘identidade’” (BAUMAN, 2001, p. 97). As identidades, olhadas de longe, parecem fixas e sólidas, contudo, a aparência

solida vista de dentro da biografia do indivíduo parece frágil, vulnerável e constantemente quebrada por forças que expõem sua fluidez e por contracorrentes que ameaçam quebrá-la e desfazer qualquer forma adquirida. A identidade experimentada, vivida pelo indivíduo, só pode ser mantida através da união com o “adesivo da fantasia”, talvez o “sonhar acordado”. É por isso que a moda se torna adequada, oferecendo alternativas para explorar os limites sem compromisso com a ação e sem sofrer as consequências (BAUMAN, 2001). A condição para se obter a liberdade individual, de poder vestir sua identidade, de ser diferente é, na era do consumo contemporâneo, a capacidade de poder “ir às compras” no “supermercado das identidades”. Isso tem tornado a identidade cada vez mais volátil e instável

o grau de liberdade genuína ou supostamente genuína de selecionar a própria identidade e de mantê-la enquanto desejado, que se torna o verdadeiro caminho para a realização das fantasias de identidade. Com essa capacidade, somos livres para fazer e desfazer identidade à vontade. Ou assim parece (BAUMAN, 2001, p. 98).

Estamos muitos preocupados em “se tornar” do que realmente “tornar-se”. Buscamos nos tornar alguém, mas temos medos de realmente nos tornarmos, sendo assim, vivemos “trocando” de identidade a fim de não perdermos a liberdade, pois, quanto mais liberdade de escolha temos, mais a vida sem escolhas parece ser insuportável

é a própria corrida que entusiasma, e, por mais cansativa que seja, a pista é um lugar mais agradável que a linha de chegada [...]. A chegada, o fim definitivo de toda a escolha, parece muito mais tediosa e consideravelmente mais assustadora do que a perspectiva de que as escolhas de amanhã anulem as de hoje. Só o desejar é desejável – quase nunca sua satisfação (BAUMAN, 2001, p. 103).

Hoje sofremos grandes influências dos meios de comunicação em massa e eletrônicos, temos nossas vidas pautadas na “TV”, porém, “a vida da ‘telinha’ tira o charme da vida vivida: é a vida vivida que parece irreal, e continuará a parecer irreal enquanto não for remodelada na forma de imagens que possam aparecer na tela” (BAUMAN, 2001, p. 99). Os desejos se tornam irresistíveis na proporção que se aumenta a liberdade e as sedutoras tentações emanadas das vitrines (BAUMAN, 2001). Metaforizando a ideia do panóptico de Foucault,

temos hoje uma sociedade que vive no *sinóptico*, onde, ao invés de poucos observarem muitos, são muitos que observam poucos (BAUMAN, 2001), ou seja, parecemos viver cercados por dispositivos que nos filmam o tempo todo e transmitem nossas ações a uma audiência.

E por falar em Foucault, não podemos deixar de cita-lo neste tópico sobre a construção da identidade. Para Foucault (1987), a produção de identidade está ligada com a ideia de poder, tendo esse, muito mais fator positivo do que negativo, querendo produzir formas de vida. Foucault (1979, p.131) argumenta que “em sua forma capilar de existir, no ponto em que o poder encontra o nível dos indivíduos, atinge seus corpos, vem se inserir em seus gestos, suas atitudes, seus discursos, sua aprendizagem, sua vida cotidiana”. O objetivo do poder é controlar a vida dos indivíduos, principalmente em suas relações sociais (SOUZA, 2014).

tendo como efeito a constituição de uma identidade. Pois minha hipótese é de que o indivíduo não é o dado sobre o qual se exerce e se abate o poder. O indivíduo, com suas características, sua identidade, fixado a si mesmo, é o produto de uma relação de poder que se exerce sobre corpos, multiplicidades, movimentos, desejos, formas (FOUCAULT, 1979, p. 161-162).

A produção do indivíduo em sujeito não é algo passivo, como aponta Louro (2001a). Para a autora, a produção do sujeito é um processo plural e permanente, onde os sujeitos participam, não apenas como meros receptores, mas como participantes ativos na produção de suas identidades. É através da forma discursiva que o indivíduo se constitui sujeito. São esses discursos que produzem as categorias e identidades (BUTLER, 2001). As identidades para Butler (2016) são fantasias, devido ao fato de que a verdade interna do gênero ser uma fabricação, logo o gênero “verdadeiro” só pode ser uma fantasia, criado através de performance. Tornar-se não é simples e nem contínuo, mas é uma prática repetitiva:

o fato da realidade do gênero ser criada mediante performance sociais contínuas significa que as próprias noções de sexo essencial e de masculinidade de feminilidade verdadeiras ou permanentes também são construídas, como parte da estratégia que oculta o caráter performativo do gênero e as possibilidades performativas de proliferação das configurações de gênero fora das estruturas

restritivas da dominação masculinista e da heterossexualidade compulsória (BUTLER, 2016, p. 244).

Como visto até agora, o indivíduo se torna sujeito, sendo assim, ele possui uma identidade. É através de forças que atravessam o indivíduo que ele constrói sua identidade. Mas identidade não significa identificação, pois o sujeito precisa de processos que o reconheça e o identifique, que são atribuídos através do discurso, como salienta Souza (2014, p. 115)

O indivíduo constitui-se como sujeito através do fluxo de forças que o passam, perpassam, transpassam, ou melhor, são estas forças que constituem o homem como sujeito por meio de processos de reconhecimento e identificação em categorias discursivamente construídas. Portanto, o sujeito é produto de uma tecnologia política que ao mesmo tempo o constitui tanto como sujeito quanto como objeto.

Kenny (2012), baseando seu estudo em Lacan, apresenta um significado de identificação. Para a autora, vivemos tomados por fantasias, buscando responder a determinados sistemas de ordem simbólica que são gerados por forças de poder, para que possamos fazer parte de determinado ambiente, sendo assim, procuramos nos identificar e sermos identificados com esses símbolos. A identificação para a autora é um atributo afetivo de como os outros nos veem. Importante frisar que para a autora, a identificação nunca será completa, desta forma, as identificações, que são criadas no imaginário, precisam ser equilibradas, pois podem surgir alguns problemas: (1) nos tornarmos sujeitos narcisistas, imaginando-nos como os melhores e se assim formos identificados, podemos ser excluídos de determinados ambientes sociais; (2) sermos identificados por adjetivos ofensivos ou (3) vivermos em guerra, buscando sempre ser reconhecidos, temendo ser excluído ou alienados (KENNY, 2012).

Butler (2016), também observando através das lentes de Lacan, traz a identificação como fixada na disjunção entre o “ter” e o “ser”. Para ela, o ser humano só é reconhecido como válido a partir do momento que ele é submetido a normas de identificação particulares e socialmente dadas, sendo assim, identidade e identificação formam uma centralidade de reprodução das normas sociais, que são formadas através do discurso (BUTLER, 2001). Por

isso que a autora argumenta que a identidade é uma fantasia de uma fantasia, porque as normas não são rígidas, elas podem se tornar instáveis e apresentar uma série de problemas, sendo assim, não existe um padrão, mas várias fantasias que podem ser alcançadas e adentramos dentro dessas fantasias para nos apresentarmos a outros.

Louro (2001a) também apresenta um conceito próximo da identificação, que acaba gerando a diferenciação. Para a autora, nós fazemos a todo tempo uma série de investimentos – buscando saúde, vitalidade, beleza e outros – em nossos corpos de acordo com os padrões estabelecidos por cada cultura social. Desta forma, nós treinamos nossos sentidos para perceber e codificar essas marcas que são apresentadas pelos sujeitos de forma corporal, comportamental e expressão. Sendo assim, identificamos os sujeitos quando traduzimos essas percepções. A autora traz o conceito de diferenciação quando não nos identificamos o outro como adequado ao nosso padrão.

Como visto até agora, a construção da identidade nos dias contemporâneo tem sofrido sérios problemas através da velocidade do mundo globalizado em que vivemos, de tal forma que fazemos e desfazemos nossas identidades, utilizando o consumo como meio para tangibilizar e criar códigos que serão traduzidos por outros sujeitos onde seremos identificados com aquilo que queremos ser. Se vimos então que as identidades podem ser feitas, elas também podem ser desfeitas. Nos próximos tópicos entenderemos como a identidade de gênero pode ser feita e desfeita e entenderemos também outros conceitos relevantes que nos darão base para atenuar esse entendimento.

2.2.1. Identidade de gênero

Foi através das feministas anglo-saxãs que gênero e sexo passaram a ser usados como algo distinto, extrapolando os conceitos baseados meramente na biologia e adquirindo novos significados nos campos da política, da história, da regulamentação do corpo (LOURO, 2001b). Segundo Pedro (2005), tanto no português como em tantas outras línguas, os seres animados e inanimados

são detentores de gênero, entretanto, somente alguns seres vivos possuem sexo, de tal forma que nem todas as espécies se reproduzem de forma sexuada, mas, mesmo assim, as palavras que a designam, em nossa língua, lhes atribui gênero. É através desta colocação, de que as palavras em muitas línguas têm sexo, mas não tem gênero, que as feministas, na década de 80, passaram a usar a palavra “gênero” no lugar de “sexo”, buscando reforçar a ideia que o comportamento de homens e mulheres eram independentes do “sexo” como questão biológica e sim, ligada a “gênero” como questão histórica. Desta forma, este tópico tem o objetivo de clarificar os conceitos de gênero, algo que é identificado e passa por uma identificação, que pode ser construído e desconstruído através da performatividade.

2.2.1.1. Fazendo gênero

No livro vigiar e punir de Foucault (1987), é através da vigilância exercida pela sociedade que o corpo domesticado, dócil e disciplinado se torna um corpo produtor, reproduzindo a ordem, e é esta ordem que mantém o binário homem/mulher. Seguindo essa linha de pensamento, Butler (2001) defini sexo como uma das normas na qual alguém se torna viável, qualificando o corpo para a vida culturalmente construída, ou seja, para a autora, o sexo não é algo biológico e sim, faz parte de uma construção histórica e política que se manifesta no meio social. Para Butler (2001) o sexo é regulado, devido estar orientado por um regime regulatório:

o “sexo” é um ideal regulatório cuja materialização é imposta: esta materialização ocorre (ou deixa de ocorrer) através de certas práticas impostas altamente reguladas. [...], o “sexo” é uma construção ideal que é forçosamente materializado através do tempo (BUTLER, 2001, p. 154).

Butler (2001) vê o conceito de sexo como um terreno conflagrado, criado através de contestações que buscam formar o binário. Para a autora, o sexo natural não faz sentido, pois, a partir do momento que o gênero é uma representação social do sexo em uma determinada cultura, o que sobra do sexo se ele se torna em gênero? Assim, gênero é independente do sexo, sendo criado essa coerência pela matriz heterossexual, para tornar homens e

mulheres forçados a se encaixarem em um padrão (BUTLER, 1985). Gênero para Butler é uma matriz de inteligibilidade de gênero, e como veremos no próximo parágrafo, é construído historicamente através de normas.

Para Butler (2016, p. 26), “por mais que o sexo pareça intratável em termos biológicos, o gênero é culturalmente construído”. Butler vê o gênero como algo não natural, sendo assim, não há uma relação entre o corpo do sujeito e seu gênero, de tal forma que é possível existir um corpo designado “fêmea” e que não há traços “femininos” (SALIH, 2016). Desta forma, Butler (2016) traz o gênero não como algo pertencente ao indivíduo, mas sim, parte das ações cotidianas refletido nos corpos e atos, através de efeitos semióticos: língua, entonação, tom de voz, o que e como falar, o que vestir, roupas, acessórios, cortes de cabelos e outros, determinados por uma matriz heterossexual que cria os binários masculino e feminino. Portanto, já que o gênero é uma consequência de nossas ações, ele não está interligado com nosso órgão genital (BORBA, 2014). Essas ações são realizadas através de performance e compelidas através da performatividade – tais conceitos serão abordados no próximo tópico de forma mais aprofundada – que tem como base as normas da matriz heterossexual para ser seguido.

Ainda com Butler (2016), o gênero não é algo que dependa do sexo e que muito menos é fixo com ele: “se os gêneros são os significados culturais assumidos pelo corpo sexuado, não se pode dizer que ele decorra de um sexo desta ou daquela maneira” (BUTLER, 2016, p. 26). A autora traz o gênero como algo performativo. Para ela, “o gênero consiste dos significados sociais que o sexo assume” (BUTLER, 1993, p. XV), sendo através da cultura e da história que temos o gênero, que é construído e vivido (BUTLER, 2001; LAURETIS, 1994; LOURO, 2001a; MOORE, 2015). Seguindo ainda com Butler (2016) e trazendo a célebre frase “ninguém nasce mulher: torna-se mulher”, de Simone de Beauvoir, o gênero é algo que não tem início nem fim, de modo que “fazemos” gênero, e não “somos” gênero (SALIH, 2016).

Gênero é um conceito que tem forte invocação nos relacionamentos, sendo no meio social que se constroem os gêneros. Desta forma, os estudos têm

apontado para o gênero como algo construído e não pré-existente, de tal forma que o gênero é detentor de diversas características que variam entre as sociedades e até mesmo entre períodos históricos (LOURO, 2001b). Para West e Zimmerman (2014) o gênero é uma construção rotineira, metódica e constante que envolve uma percepção social do gênero “masculino” e “feminino” como algo “natural”, orientado por atividades culturais e políticas. Portanto, para os autores, os indivíduos “fazem” gênero, numa presença real ou virtual com outros indivíduos que eles presumem também estar “fazendo” gênero, de forma que este pode se tornar adequado ou inadequado, dependendo do social. Os autores argumentam que os “participants in interaction organize their various and manifold activities to reflect or express gender, and they are disposed to perceive the behavior of others in a similar light” (WEST; ZIMMERMAN, 2014, p. 127).

Ainda com West e Zimmerman (2014), o gênero, para os autores, como já dito, é feito na interação social dos sujeitos e na forma como o indivíduo é visto e julgado, de tal forma que, como citam o exemplo, os homens são vistos como maiores, mais fortes e mais sábios, devendo assim, exibir seus atributos às mulheres, que são vistas como menores, mais fracas, devendo, portanto, assistir o “display” dos homens que é exibido. Outro exemplo dado pelos autores de como o gênero pode ser visto no dia a dia é através de uma mulher do lado de um pneu furado, sendo essa frágil para trocar um pneu, dependente de um homem (WEST; ZIMMERMAN, 2014). Para os autores então, fazer gênero é através da interação social, onde as propriedades exigidas pelo meio social maquinam o fato de como as outras pessoas julgarão o indivíduo: “we have claimed that a person’s gender is not simply an aspect of what on is, but, more fundamentally, it is something that one does, and does recurrently, in interaciotn with others” (WEST; ZIMMERMAN, 2014, p. 140).

Lauretis (1994), afirma que é através do discurso que se cria e se atualiza o gênero. Buscando trazer um exemplo claro de discurso em relação a gênero e sexualidade, Moore (2015, p. 16) nos lembra que

frequentemente constroem mulheres e homens como tipos diferentes de indivíduos ou pessoas. Essas pessoas marcadas por gênero

corporificam diferentes princípios de agência – como no caso de muitas culturas ocidentais, onde a sexualidade masculina e pessoas do gênero masculino são retratadas como ativas, agressivas, impositivas e poderosas, enquanto que a sexualidade feminina e pessoas do gênero feminino são vistas como essencialmente passivas, fracas, submissas e receptivas.

Para a autora, não são as descrições minuciosas sobre as práticas e experiências sociais que dão força aos discursos sobre gênero, e sim, a definição das diferenças que fortalecem esse discurso (MOORE, 2015).

A diferença de gênero, como outras formas da diferença, não é um mero efeito da significação ou da linguagem. Se aceitarmos a visão de que o conceito do indivíduo ou pessoa só é inteligível em referência a um conjunto de categorias, discursos e práticas culturais e historicamente específicas, temos que reconhecer os diferentes modos em que as categorias “mulher” e “homem”, e os discursos que empregam essas categorias, estão envolvidos na produção e reprodução das noções de pessoa e agência. Além disso, tais categorias e discursos participam da produção e reprodução de sujeitos marcados por gênero que os utilizam tanto como representações quanto como autorrepresentações, como parte do processo de construir a si mesmos como pessoas e agentes. É por essa razão que as categorias simbólicas “mulher” e “homem”, e a diferença inscrita dentro delas e entre elas, têm alguma relação com as representações, autorrepresentações e práticas cotidianas das mulheres e homens individuais (MOORE, 2015, p. 18).

Os ambientes em que vivemos nos afetam, de modo a determinar como iremos performar, pois, como apresentado, é através da cultura e da história que temos o gênero, que é construído e vivido (BUTLER, 1993; LAURETIS, 1994; MOORE, 2015; LOURO, 2001) e, no caso de gênero, o mesmo pode sofrer variações, por isso que Pierre Bourdieu traz em sua discussão os efeitos dos processos socioculturais em relação ao gênero e suas diferenciações

O trabalho de construção simbólica não se reduz a uma operação estritamente performativa de nomeação que oriente e estruture as representações, a começar pelas representações do corpo [...]; ele se completa e se realiza em uma transformação profunda e duradoura dos corpos (e dos cérebros), isto é, em um trabalho e por um trabalho de construção prática, que impõe uma definição diferencial dos usos legítimos dos corpos, sobretudo os sexuais, e tende a excluir do universo do pensável e do factível tudo que caracteriza pertencer ao outro gênero [...] para produzir este artefato social que é um homem viril ou uma mulher feminina (BOURDIEU, 2007, p. 33).

Para Moore (2015) não existe apenas uma única identidade masculina ou feminina a ser assumida, mas há uma variedade que pode ser fornecida pelo

discurso e que são produzidas ou reproduzidas por práticas e instituições sociais. A partir deste ponto, a autora desenvolve duas questões: (1) a feminilidade e a masculinidade, portanto, não podem ser tomadas como únicas, fixas, ligadas apenas a homens e mulheres. Homens e mulheres podem ter ponto de vista diferentes de si mesmos como pessoas marcadas por gênero, por possuírem posições diferentes em relação aos discursos relativos a gênero e sexualidade, assumindo, portanto, posições diferentes dentro desses discursos. Por que o indivíduo assume um discurso e não outro? Por que assume uma posição e não outra? Como explicar as diferenças entre pessoas e sua relação com a autorepresentação enquanto indivíduo marcado por gênero? Respondendo a essas perguntas, Moore (2015) cita Holloway (1984). Holloway (1984 *apud* MOORE, 2015) desenvolveu uma noção de “investimento”

Se a qualquer momento existirem discursos concorrentes, possivelmente contraditórios, sobre feminilidade e masculinidade, então o que motiva os indivíduos a assumirem uma posição de sujeito e não outra é seu grau de “investimento” numa posição particular de sujeito (HOLLOWAY, 1984 *apud* MOORE, 2015, p. 36).

Para Holloway (1984 *apud* MOORE, 2015) o “investimento” visa um compromisso entre o emocional e o interesse. O compromisso e o interesse residem no poder relativo, buscando satisfação, retribuição ou vantagem. Não podemos ver o investimento como algo econômico, mas o autor reconhece que o conceito de investimento que ele traz não é apenas algo emocional, mas de certa forma, algo material, que traz benefícios sociais e econômicos reais em consequência do exercício do poder. Como exemplo temos o papel do homem respeitável, da boa esposa, da mãe poderosa ou da filha comportada. Todos os adjetivos são performance vividas pelo indivíduo para conseguir algo perante a sociedade.

A outra questão que a autora desenvolve é (2) que a questão da escolha não poder ser explicado por uma teoria racional, pois, se os indivíduos podem assumir várias posições, algumas podem entrar em contradição entre si. Remetendo ao conceito de “investimento” de Holloway (1984), a autora relembra as motivações emocionais. Nesse contexto, traz-se a ideia de

fantasia, que é a ideia sobre o tipo de pessoa que o indivíduo gostaria de ser e que os outros acreditassem que ele é (MOORE, 2015).

Trazendo novamente as perguntas feitas por Moore (2015), nos parágrafos anteriores: Por que o indivíduo assume um discurso e não outro? Por que assume uma posição e não outra? Como explicar as diferenças entre pessoas e sua relação com a autorepresentação enquanto indivíduo marcado por gênero? Podemos responde a essas perguntas com Butler (1985) que traz o gênero como uma escolha. Não uma escolha livre, onde a pessoa simplesmente escolhe o gênero que deseja, mas tal escolha é fruto da interpretação das normas existentes, organizadas de uma nova maneira, pois estamos inseridos dentro de normas, no interior de uma cultura, na qual não podemos ser “livres” (SALIH, 2016), ou seja, Butler (1985) afirma que não é o indivíduo que se identifica, mas ele é levado a se identificar através das normas discursivas. Para Butler (1985), o gênero é além de uma criação, é um projeto que dá tangibilidade a história cultural segundos e seguindo as normas. O gênero é, não uma prescrição, mas sim uma tarefa que desempenhamos desde sempre.

Se sexo e gênero são constructos históricos, norteados por normas, a sexualidade, o desejo de homem e mulher, também não é algo natural. Para Louro (2000, p. 11) “a sexualidade envolve rituais, linguagens, fantasias, representações, símbolos, convenções... Processos profundamente culturais e plurais”. Ainda para a autora, é através dos processos culturais que se define, ou não, o que é natural. Desta forma, se produz e transforma a natureza e a biologia, tornando-as em elementos históricos, sendo assim, quando se analisa os corpos, eles ganham formas através do ambiente social e o gênero – masculino e feminino – é feito através do contexto de cada cultura, se tornando marcas culturais. As diversas formas de expressar os desejos e prazeres sexuais também são codificados e estabelecidos socialmente. As identidades de gênero e sexuais são compostas e definidas por relações sociais, moldadas pela rede de poder de uma sociedade (LOURO, 2001a), que tem como pano de fundo a matriz heterossexual que apresenta seus padrões para que cada indivíduo se adeque a eles para se tornar um sujeito com determinado gênero

e com determinado gosto por outro sujeito. Para Foucault (1988) a sexualidade é um “dispositivo histórico¹”, ou seja, é uma invenção social que se constituiu historicamente a partir de variados discursos sobre o sexo: discurso que regularizam, normatizam, instauram saberes e produzem “verdades” (LOURO, 2001a).

É, portanto, através dessas invenções, desses discursos que se instaurou os padrões ditos pela heterossexualidade, que fazem com que o gênero seja algo fantasioso e construído através de normas e o conjunto delas, sendo assim, o próximo tópico irá apresentar como se dá a desconstrução do gênero, já que, como visto até agora, o gênero é algo construído e não natural, ele também pode ser desfeito através da ruptura entre os binários estabelecidos pela matriz heterossexual.

1. Conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre esses elementos (FOUCAULT, 1993, p. 244).

2.2.1.2. Desfazendo gênero

Como visto até agora, o gênero não está determinado ao sexo e tanto sexo quanto gênero são construções sociais e históricas que podem variar de sociedade para sociedade e de período para período, sendo que para Butler (1993, 2016) o gênero não passa de uma fantasia que ganha vida através das performance que torna o indivíduo em sujeito viável com uma performatividade feminina, masculina ou outras formas. Como visto também em West e Zimmerman (2014) o gênero faz parte de uma rotina metódica e constante envolvendo uma percepção social do gênero “masculino” e “feminino” como algo “natural” orientado por atividades culturais e políticas. Desta forma, para os autores, os indivíduos “fazem” gênero numa presença real ou virtual com outros indivíduos que eles presumem também estar “fazendo” gênero. Dito isso, se o gênero pode ser feito, ele também foi ser desfeito? A resposta é sim.

Primeiramente, precisamos entender a “teoria” *Queer*², que serve de “pano de fundo” para a desconstrução do gênero. Apesar de ser apresentado juntamente com a palavra “teoria”, a teoria *Queer* não é em si uma teoria, mas sim uma visão crítica que visa dar voz aos oprimidos. Butler (1993), uma das propulsoras da teoria *Queer*, sugere que é uma intimação que questiona o *status* da força e da oposição, da estabilidade e variabilidade, dentro da performatividade. A visão performativa da autora presume que o discurso que regulamenta o sexo e o gênero são contemporâneos, mas também fazem parte de uma longa história, de tal forma que essa história se perde no presente e o sexo e o gênero, que são construídos, passam a serem visto como naturais. Para a autora, a teoria *Queer* visa dar voz aos “oprimidos” dentro do binário sexual masculino e feminino, que buscam resistir às políticas institucionalizadas, buscando, por exemplo, políticas anti-homofobia (BUTLER, 1993). A teoria *Queer* surgiu de uma aliança entre teorias feministas, pós-estruturalista e psicanalistas que deram vida e orientaram a investigação que já se fazia em torno do sujeito. A expressão “*queer*”, anteriormente utilizada para ofender, foi então empregada para dar voz aos sujeitos “*queer*”. A teoria tem

2 É um termo em inglês que pode ser traduzido no português como “estranho”, mas que tem seus sentidos como: bichinha, gay, boiola e outros termos pejorativos.

como objetivo uma investigação e uma desconstrução das categorias binárias de gênero, provando a instabilidade e indeterminação das categorias vigentes. Se o sujeito não é um ser preexistente, mas sim construído, o que significa que as identidades também podem ser reconstruídas: essa é a centralidade de teoria *queer* (SALIH, 2016).

Então, se o fazer gênero consiste em se manter dentro dos padrões normativos da heterossexualidade, buscando a performance de cada gênero de acordo com as normas para ter um gênero performativo de acordo com o “sexo”, o desfazer gênero consiste na ruptura desses padrões, buscando uma performance que vem adequar o sujeito à performatividade que ele ache melhor para ele. Muitos estudos foram baseados nas teorias de Judith Butler e seu gênero performativo para criar o conceito de desconstruir gênero. Butler (2001, 2016) enfatizou a que desconstrução do gênero apresenta lados positivo e negativo. Thanem e Wallenberg (2014) trazem exemplos sobre esses pontos. As autoras trazem como exemplo negativo meninas engenheiras que sofrem por estarem num ambiente masculino e terem de se adaptarem suas posturas no ambiente de trabalho. Essas meninas engenheiras não conseguiram romper com o “papel” masculino de engenheiro e tiveram que adaptar suas posturas dentro do binário masculino, desconstruindo, portanto, o gênero que elas têm como ideal para se adaptar a um novo gênero, mesmo sendo esse temporário. O exemplo positivo apresentado pelas autoras é que, através da desconstrução do gênero, algumas mulheres da área de tecnologia, mercado dominado por homens, foram vistas por seus clientes e chamadas de secretárias, por ser um cargo feminino, mas conseguiram desconstruir o gênero de forma positiva e assumir o cargo, tido como masculino, com uma postura feminina.

Para entender melhor o que é o desconstruir gênero, vale apresentar o gênero transgênero, que é um exemplo dado por Thanem e Wallenberg (2014). O transgênero é alguém que vive com um gênero que é diferente do esperado em relação ao seu “sexo” – órgão genital de nascença – mas que não optam por cirurgia. Para as autoras, o transgênero é um caso de desconstrução do gênero, pois é um sujeito intermediário, não fazendo parte nem do binário “masculino” nem do “feminino”, pois elxs combinam ambas performatividades de

gênero, portanto, elxs desfazem o gênero que “nasceram” com elx, de acordo com o “sexo” – genitália – para se encaixarem dentro de um ou mais padrões, mas fora do padrão que deveria ser o ideal de nascença. Os travestis também nos servem de um bom exemplo de como desfazer gênero. Para Thanem e Wallenberg (2014), o travesti são sujeitos que se vestem com as vestes, objetos e adereços do sexo oposto, mas não buscam de forma alguma passar por uma cirurgia de sexo. Os travestis vivem performando ambos os gêneros.

Ambos os casos, o fazer e o desfazer gênero estão ligados a uma construção e desconstrução, e essa construção e desconstrução são ligadas a performance e performatividade. Assim, o próximo tópico abordará esses conceitos que nos ajudarão a entender de forma mais profunda os conceitos agora apresentados de fazer e desfazer gênero.

2.2.1.3. Performance e Performatividade

Em seus estudos mais recentes, Hall (2014, p. 103) afirma que “as perspectivas que teorizam o pós-modernismo têm celebrado, por sua vez, a existência de um ‘eu’ inevitavelmente performativo”. Devido a importância de se entender a performatividade e a performance e as grandes confusões que foram feitas no passado por uma série de pesquisadores, este tópico tem por objetivo trazer o conceito de performance e performatividade, de acordo com a visão de Judith Butler.

A performatividade foi um termo construído por Judith Butler ao longo de seus livros, portanto, requer maior esforço para compreender (SALIH, 2016). As performatividades são como regras, formadas através dos discursos que o domina. Ocorrendo em uma rede de autorizações e punições, a performatividade tem a incluir sentenças legais, batismos, inaugurações, declarações de propriedade, declarações que visam não apenas executar uma ação, mas conferem um poder vinculativo sobre a ação realizada. As normas são ditadas pela heterossexualidade que cria os binários e seus padrões, por exemplo: homem bruto e mulher delicada. O poder que o discurso tem de performar, de desempenhar o que ele nomeia é essencialmente ligado a

performatividade (BUTLER, 1993). Para Butler (2001) a performatividade são vários atos, sempre reiterado de uma norma ou conjunto delas. Na medida que ela adquire *status* no presente, a performatividade oculta e dissimula as convenções que torna ela uma repetição. A performatividade é, portanto, um conjunto de ação que garantem a identidade do sujeito (BORBA, 2014), ou seja, a performatividade é baseada na regulamentação. A regulamentação aqui não visa por um limite a performatividade, mas sim, sustenta-la (BUTLER, 2001). Vale a ressalva que performatividade e performance não são sinônimos, sendo a performatividade o que possibilita, potencializa e limita a performance (BUTLER, 2001). Portanto, a performatividade não deve ser vista, como diz a própria autora, como uma autoexpressão ou como uma autoapresentação, mas como uma ressignificação dos termos investidos.

Fazendo uma ponte entre performatividade e gênero, Butler (1985) diz que gênero é um conjunto de atos que está sempre e inevitavelmente ocorrendo. Butler (1993) ainda deixa claro que não existe sujeito livre para escolher o gênero, mas sim, que o sujeito é levado a se tornar determinado gênero. Citando um exemplo que a própria autora trás, quando uma criança nasce, através do órgão genital já se define o “sexo” da criança – “É uma menina!” – passa-se então a envolver a criança nas normas, de forma forçosa, para que ela “atue” nos padrões ou normas – performatividade – para se tornar um sujeito feminino – performativo (BUTLER, 1993). Sendo assim, é através das normas no corpo que o gênero ganha vida. Butler (1993) traz o corpo como um meio pelo qual a subjetividade do gênero é performatizado, ou seja, é o no corpo que o gênero é materializado³. Por isso que a construção do sexo não é vista mais como um dado corporal que serve de base para o gênero que é construído de forma artificial, mas como uma norma cultural que governa a materialidade dos corpos, sendo o gênero o significado que o sexo adquire no

3. O conceito de “matéria” trazido por Butler (1993) é de fato uma materialização do gênero e sua performance em torno das normas da matriz heterossexual. Tal matriz cria os termos binários e hierárquicos, onde homens e mulheres são compelidos a materializar-se para serem percebidos como tais, para se encaixar dentro desses termos, desempenhando o gênero, afim de criar identidades de tal forma que sejam valorizados e reconhecidos por outros indivíduos, ou seja, é necessário concordar com os modelos estabelecidos pela matriz heterossexual para apresentar o gênero dito adequado.

meio social. Para a autora, os atributos de gênero não são expressivos, mas performativos, de tal forma que não se tem uma preexistência do gênero, mas sim, uma mostra ou produção cultural (BUTLER, 2016).

O conceito de performance conota a ideia de “desempenho”. Para Butler (1988) a performance é o ato que torna o gênero público, através de representações de significados, sendo essas representações motivadas por manter o gênero dentro do seu binário proposto pela heterossexualidade, ou seja, a performance é desenvolvida através das performatividades que são necessárias para construir um gênero, baseando seus atos nas normas estabelecidas. Não podemos confundir os termos performatividade e performance, onde a performatividade, como já visto, são as normas, as leis, regras, enquanto a performance, ou desempenho, são os atos, o agir, de acordo com essas normas da performatividade.

Para encerrar este tópico, propõe-se novamente o exemplo para elucidar o leitor quanto a performance e a performatividade. Quando uma menina nasce – “É uma menina!” – o órgão genital dela determina, no senso comum, seu sexo. Dentro do sexo feminino, através das normas ditadas pela matriz heterossexual, a criança precisa cumprir algumas regras para parecer feminina: sentar com as pernas cruzadas, ser delicada, não falar palavrões, brincar de boneca, usar maquiagem e vestir saia. O cumprimento de cada uma dessas normas é uma performance, mas o conjunto de normas – repetida diversas vezes sem ser percebido – é que torna o indivíduo em sujeito, ou seja, no momento em que a criança sentar com as pernas cruzadas, ser delicada, não falar palavrões, brincar de boneca, usar maquiagem e vestir vestido, ela terá uma performatividade feminina. Não é apenas uma performance – “sentar com as pernas cruzadas” – que fará com que o indivíduo se torne um sujeito feminino, mas será através de uma série de performance – “ser delicada”, “não falar palavrões”, “brincar de boneca”, “usar maquiagem” e “vestir saia” – que ele terá a performatividade do gênero feminino.

Entendido os conceitos apresentados até agora sobre consumo e o uso dos bens para representar um sujeito, identidade e identificação, identidade de

gênero através do fazer e desfazer gênero que estão intimamente ligados a performance e performatividade, o próximo tópico terá a máxima de apresentar um pouco sobre a história das joias na vida do ser humano, partindo da pré-história até os dias contemporâneo e a influência dela na construção do gênero feminino.

2.3. JOIAS DE OURO

2.3.1. Um pouco de história

A joias de fato sempre estiveram presentes na história da humanidade. Sejam elas apenas adornos ou tendo outras funções, como vestimentas, suporte de insígnias específicas de ocupantes de determinados locais e etc., elas deixaram marcas na história (GOLA, 2008). Mack (1995) considera a joias uma das mais antigas manifestações artísticas. Mas afinal, o que é uma joia?

Joia significa “enigma” ou “jogo”. Etimologicamente falando, a origem da palavra “joia” vem “do baixo latim, *jocalia*”, derivado de *iocus* (jogo). No dicionário Webster traz a palavra como jewel – joias na língua inglesa – que no médio-inglês e no francês antigo são *juel*, *joel*, *joiel*: jogo, brinquedo. Nos dicionários Littré e Robert, encontra-se duas possíveis palavras francesas que dão origem a *joyau* (joia): *jocalis*, que vem do latim *iocus* (gracejo, brincadeira) e ou do latim *joie* (alegria), essa sendo proveniente de *goie* e *gaudia* (alegria, prazer, objeto de amor). Os sentidos das palavras *iocus* e *gaudia* acabam se associando. A associação das palavras é tão forte, que em línguas latinas como o italiano, a palavra quase se fundi, onde “*gioia*” significa tanto alegria quanto joia. Então, podemos pensar o significado da palavra joia como “prazer”, “objeto de amor” e “alegria” e, talvez pela evolução semântica devido à proximidade com a expressão “radiante, brilhante de alegria”, podemos ter assim o significado mais atual da joia (GOLA, 2008).

Mas entrando de fato na história da joia, indo lá atrás, na pré-história – período anterior ao surgimento da escrita, que é datado por 4.000 a.C. – temos duas

grandes manifestações humanas que utilizaram adornos, hoje conhecido por nós como joia: (1) o Paleolítico, que pode ter data superior a 35 mil anos a.C., era o período da Pedra Lascada, onde o homem fabricava suas armas de pedras para abater suas caças. Já habitando em cavernas, onde as mesmas mostram em suas paredes relatos do uso de adornos, o homem já fazia para si pingentes e pendentes de pedras e ossos. No (2) Neolítico, que se inicia aproximadamente 8.000 a.C. após a era glacial, houve grandes avanços tecnológicos, onde o homem passou a utilizar matérias mais duros, de origem vulcânica, para fabricar armas e utensílios e também seus adornos, onde a preferência passou a ser por materiais raros e mais resistentes como quartzo, ametistas, jadeíta, âmbar, coral, cobre até o ouro, que por possuir uma forma maleável e resistente, pode ter sido o primeiro metal a ser trabalhado pelo homem (GOLA, 2008).

Algumas das primeiras civilizações ganharam grande destaque na fabricação de joias. Os Citas, que habitaram na região próximo a Rússia e a Ucrânia, entraram e desapareceram na história de forma ligeira. No entanto, suas marcas permanecem até hoje em grande parte da Europa. Suas joias são parte destas marcas, apresentando informações sobre o vestuário, o modo de vida e os costumes. O povo Egípcio, é considerado um dos mais qualificados em termos artísticos, onde suas ideias datam de 3.000 a 2.500 a.C. Na sua joalheria se destacavam os: anéis, broches, brincos, colares, diademas, peitorais, leques, máscaras mortuárias, indo também a fabricação de camas, liteiras, sarcófagos e etc. Na Mesopotâmia, em torno de 3.500 a 3.000 a.C., a joalheria fabricava peças de ouro e prata maciços, com variações para homens e mulheres. Para os homens era fabricado: pendentes, colares, peitorais, brincos e braceletes. Para as mulheres: anéis, brincos, braceletes e diademas e outros adornos para a cabeça. Os Persas tinham suas peças trabalhadas em ouro e muita pedra preciosa, mas se possuem poucos objetos desses povos preservados hoje em dia. O povo Grego teve as primeiras manifestações da joalheria por volta de 2.000 a 1.800 a.C. indo até as vésperas da era cristã, sendo diferenciados três momentos: (1) arcaica (600 a 475 a.C.), tinha suas joias formas simples, devido as leis grega contra o luxo ostensivo, fabricando brincos e anéis. (2) clássica (475 a 330 a.C.) tem como características a joias

de guirlandas, diademas e brincos e (3) helenística (330 a 27 a.C.) tem em suas peças características do pensamento racional como a geometria e a lógica, destacando-se peças como brincos, colares e pulseiras, além da invenção do camafeu. Os Etrusca, que datam de 750 a 700 a.C., atingiram elevado grau nas técnicas e design de joias, com produção de peitorais, anéis de grande peso, braceletes volumosos, colares, pendentes com figuras. Os Romanos tiveram sua joalheria iniciada por volta de 600 a.C., utilizando pedras preciosas e trabalhos realizados de forma complexa. É com os romanos que se tem o maior uso de joias para cunhos religiosos. E por fim, os Celta e Germânia, onde as peças produzidas pelas joalherias dos saxões, ostrogodos e vikings, eram antfigurativas, geométricas e abstratas, em constante evolução, onde se fabricavam brincos, colares, pulseiras e túnicas com bordados (GOLA, 2008).

Mas trazendo a história para um patamar mais recente, por volta do ano 1500 d.C., no Brasil, quando os portugueses aqui chegaram, haviam cerca de 2 a 20 milhões de indígenas, das mais diversas tribos. As joias utilizadas pelos índios eram em sua maioria cercadas de simbolismos e feitas da arte plumária, o que trouxe grande desilusão aos portugueses que aqui chegaram. No período colonial, as joias ainda eram trazidas de Portugal. A produção, com destaque para o estado de São Paulo, tinha pouca relevância entre os séculos XVI ao XVIII. Neste período se destacava como ourives Miguel Vaz Lobo, que era cristão. No século XVII Portugal envia de Lisboa alguns ourives, sendo a maioria deles escravos, mulatos e índios. O Brasil volta para o cenário das joias somente em 1940, com Carmem Miranda, onde veremos com mais detalhes nos próximos parágrafos (GOLA, 2008).

Como visto até agora em todas as culturas, o homem sempre utilizou das joias para se adornar e se expressar, mas é a partir do século XX que as joias tendem a ser um objeto voltado para o público feminino. Mais precisamente por volta de 1896, em Paris, num estilo batizado de *Art Nouveau* que a mulher ganha destaque. Buscando interpretar a natureza, as composições muitas vezes eram florais, buscando a sensualidade delicada e suave da mulher. Este período coincidiu com as vedetes parisienses, que exalavam elegância

fulgurante, espiritual e luxuosa. Nesta época, as mulheres eram veneradas como divindades profanas. As joias tinham o objetivo de ornar e satisfazer a vaidade (GOLA, 2008).

Na década de 1930, período chamado de *Art Déco*, devido a excelência das artes decorativas, eram as atrizes que lançavam moda dos padrões femininos, com grande valorização do corpo feminino, mostrando cada vez mais partes nuas. Assim como a crise de 1929 afetou a moda, onde passaram a ser utilizados tecidos como casimira, lã e algodão, os materiais sintéticos passaram a compor a joalheria, para complementar os longos decotes dos vestidos. As peças produzidas eram: grandes brincos de pressão, tiaras, gargantilhas, pulseiras e broches (GOLA, 2008).

Foi na década de 1940 que as joias receberam o nome de “coquetel”, devido a mistura de temas e inspirações mundiais do século XX. Neste período o Brasil ganha grande destaque no mundo com Carmem Miranda, que utilizava seus balangandãs, apresentando ao mundo um Brasil faceiro, colorido e animado. Fim de duas grandes guerras mundiais, nesta década a mulher avança no quesito independência e autoridade, onde a geração feminina adentra o mercado de trabalho, o que favorece um mercado voltado para elas. É através dos filmes Hollywoodianos que as grandes modas são lançadas (GOLA, 2008).

Em 1950 temos um período dito como elegante, coexistindo dois modos de produção: as casas famosas, com joias e metais caros e os artesãos, que trabalhavam em oficinais e com metais mais baratos. As peças passaram a ser mais detalhadas, cravejadas com pedras. É o início do design de joias, com destaque para Cartier (GOLA, 2008).

Mas é em 1960 que o mundo sofre uma mudança drástica no seu comportamento. Com uma juventude inquieta, com pressa para chegar a uma fase adulta, surge um estilo mais rebelde, mais *hippie*, tendo como epicentro o eixo Londres-Paris. E de fato as joias também sofreram grandes transformações, com uso de matérias alternativos para sua confecção, como as joias feitas por Paco Rabanne, que eram feitas de plásticos luminosos e

botões. As joias neste período renasceram e se revolucionaram, com criação de diferentes tipos de joias: menos formais e mais modernas (GOLA, 2008).

Nas décadas posteriores predominou a joia de imitação, havendo, nos anos 1970, um retorno à utilização dos componentes da natureza como inspiração, predominando não só na joalheria, mas em todas as artes e estilos de vida, buscando o maior contato com a natureza, desde da alimentação até as vestes. A joalheria desta década, entrando no conceito que emergia, buscou materiais alternativo como pastas, espelhos e resinas. Houve nessa época uma grande variedade de joias de imitação, ao invés das preciosas, com surgimento das bijuterias de maior qualidade. As mulheres da década de 1970 caminhavam para sua emancipação, portanto, para materializar o poder que alcançavam no mundo masculino, principalmente as mulheres executivas, vestiam-se com a beleza da maciez e do brilho, sempre com uma joia bonita (GOLA, 2008).

Porém, a grande aproximação das joias às mulheres se deu em 1980, com o reaparecimento de uma imagem feminina mais delicada, heroica, romântica e sem medo de se tornar independente. Um grande fator influenciador do uso de joias por mulheres fora o casamento da princesa Diana com o príncipe Charles, que trouxe novamente os romances da Coleção Rosa e os contos de fada, onde as mulheres se voltaram para joias que incluíssem fascinação imediata, inteligência e excitação: “era como vestir seus humores com as roupas e as joias dos vários papéis da vida” (GOLA, 2008, p. 127). A princesa Diana, no início, utilizava as joias da coroa, mas passou a utilizar outras joias, com estilos que traziam à leveza e o romantismo. Outra grande influência no mundo, foi também o casamento da nova Princesa de Gales (GOLA, 2008).

O mundo das joias na década de 1980 estava dividido entre as joias genuínas e as de imitação. Com a descoberta das joias de imitação, as mulheres passaram a se produzir de forma exagerada, mudando o propósito das joias, deixando de ser um simples adorno para exibir valores intrínsecos. Neste momento, com o uso de bijuterias, as mulheres passam a utiliza-las como sinal

de capricho, disposição de espírito ou para acompanhá-las em ocasiões especiais (GOLA, 2008).

A partir dos anos de 1990 e da chegada do século XXI, em 2000, as joias passaram a ter uma nova configuração, tendo sua natureza e seu papel reavaliados, onde os significados e os propósitos das joias foram redefinidos nos dias contemporâneos (GOLA, 2008). É aqui que damos um salto para a importância da joia em relação ao gênero feminino, mais tido como mulher.

2.3.2. Gênero e Joias

Seguindo à luz do conceito de gênero de Judith Butler como performativo, falamos de como ele é apresentado de forma social e isso inclui cobrir e adornar o corpo, portanto, as joias podem ser vistas como um método de socialização – não como algo que apenas diferencia os sexos, mas como algo que grava as diferenças no *status* e na própria percepção (RUSSELL, 2010). Desta forma, as joias podem ser um objeto para além do adorno, sendo consumidas para materializar – performance – em busca de um gênero, de acordo com a matriz heterossexual e/ou desejo de cada sujeito

jewelry is frequently used to emphasize the differences between the male and female body for the purpose of social interaction. This becomes clear when one looks at the adornment of even young children, for instance, ear piercing of babies, before their secondary sexual characteristics are developed, in order to make their gender obvious and encourage interaction with the child to follow a gender-specific norm (RUSSELL, 2010, p. 14).

Para Mendes (2016), os objetos como saia e vestidos também são exemplos de símbolos femininos, de tal forma que soa estranho no discurso quando um homem se adorna com acessórios coloridos, joias, brilhos e outros, sendo compreendidos que eles não pertencem ao binário masculino, de acordo com a matriz heterossexual de determinadas culturas. Para a autora

A repetição tanto destas reações como discurso comum quanto da afirmação de adereços e características físicas como femininas ou masculinas perpetua o sistema patriarcal que hierarquiza os sexos e

impõe a binaridade dos gêneros e a heteronormatividade como naturais (MENDES, 2016, p. 6).

Sendo o gênero realizado por indivíduos, esses só podem atuar dentro de uma gama de possibilidades permitidas, dado o seu lugar em uma sociedade. Desta forma, as semelhanças de como o gênero é permeado em uma cultura diz mais sobre como a sociedade foi construída do que sobre as diferenças do gênero, tendo assim a joia e o gênero como lentes para entender como a cultura chegou onde está, como a dinâmica do poder se desenvolveu através de certos grupos e como o gênero é visto e construído (RUSSELL, 2010). Portanto, o corpo estando ornamentado pode se tornar uma materialidade que tem significado de forma contínua, como ressalta (BUTLER, 1988, p. 521)

That the body is a set of possibilities signifies (a) that its appearance in the world, for perception, is not predetermined by some manner of interior essence, and (b) that its concrete expression in the world must be understood as the taking up and rendering specific of a set of historical possibilities. Hence, there is an agency which is understood as the process of rendering such possibilities determinate. These possibilities are necessarily constrained by available historical conventions.

Para Louro (2001a) nós investimos em nossos corpos. De acordo com cada cultura e suas imposições, construímos nossos corpos para adequá-los aos mais diferentes critérios: estética, higiene, moral e outros. Para a autora “através de muitos processos, de cuidados físicos, exercícios, roupas, aromas, *adornos*, inscrevemos nos corpos marcas de identidades” (LOURO, 2001^a, p. 15, grifo nosso). Portanto, como grifado da citação da autora, o adorno – joia – pode fazer parte do nosso processo de construção da identidade gênero.

Nos estudos de Russell (2010), a autora usa em um de seus capítulos a joia como objeto com potencial para a construção, e também para a desconstrução de gênero. A autora conclui que as joias carregam dois grandes símbolos e contribuições: (1) contribuem para criar o gênero e (2) para posicionar o sujeito dentro da hierarquia social: “jewelry both symbolizes and contributes to the construction of gender identity, while preconceived gender norms limit the wearer to jewels ‘appropriate’ to their hierarchical position within society” (RUSSELL, 2010, p. 108). As joias podem, portanto, conter significados que visam figurar a construção do gênero, fazer uma crítica a essa construção,

fazer uma crítica social, enfatizar a igualdade da mulher e outros. Buscando citar alguns exemplos, a autora apresenta algumas peças e os conceitos das artistas que a produziram as peças. Será apresentado a seguir duas peças.

Em “Armor and Amor” – Figura 1 – há uma discussão explícita de gênero. Nesta peça, a artista Sondra Sherman apresenta o conceito de “acampamento”, uma abordagem tradicional da construção de gênero. Para a artista de

“Armor and Amor” o conceito da peça: *is about the ambivalente perley common to contemporary romantic relationships. The form references the socially reinforced imagens encouraged to attract romantic interest. The center of the feminist form chandelier crystal is covered by a subtle wire construction supporting a mass of cotton candy pink stones set in gold prongs. Hanging from a fine-link chain, it appears an innocent and fragile confection. The masculine form pendant is sheathed mostly by a tailored, pin-stripe gray silver casing the power suit of the successful corporate man. The ambivalence lies in the details. Instead of being set conventionally, most of the pink stones are set point side out, turning all that preciousness into something considerably less vulnerable. The fine-link chain is interrupted by knots, often in gold, celebrating the complexity of the individual behind the image. The pinstriped suit finishes in a jester's collar, summing up the foolishness of that conceit. The beads of the jester's collar, which stray into the chain of strong stable bars and fine fragile links, are gold again, accepting and celebrating our human folly. The formal of the piece as a his-n-her set of pendants proposes a reconciliation of these paradoxical instincts (RUSSELL, 2010, p. 95).*

Russell (2010) traduz o conceito dessa peça como eloquente, uma fala que traz as expectativas sociais feminina e revela a natureza “ridícula” por traz da construção do gênero. A autora destaca ainda o termo de “acampar” proposto pela artista. Para Russell (2010), o termo de “acampar” está ligado a paródia, exagero, teatralidade, humor e outros, na medida que se coloca o caráter performativo do gênero, sexualidade, raça e outros em primeiro plano, servindo para desnaturalizar a construção da identidade de gênero.



Figure 2. "Armor and Amor" by Sondra Sherman

Fonte: Russeall (2010)

Outro exemplo interessante é a peça da artista Keith Lewis – figura 2 – que fala especificamente da construção da sexualidade masculina na sociedade. Esta peça foi examinada e problematizada com olhar nos anos 1990 através da construção da identidade gay e sua comunidade devastada pelos vírus da AIDS e HIV. O conceito que a artista traz é

"my Works tries to leave clear traces of my diminished community. But even as I demonstrate the ambiguities, and setbacks of the bodies that constituted that community, my pieces still assert their sexual identity rampant in the wind. In "Building Self", I scrutinize the instruction manual, hoping that the right appliance will make everything alright and that I might somehow measure up (...)" (RUSSELL, 2010, p. 95).



Figure 3. "Building Self" by Keith Lewis

Fonte: Russeall (2010)

Portanto, a conclusão que se chega neste tópico é que as joias estão sendo elaborada por artistas feministas para expressar suas ideias, sejam elas heterossexual ou homossexual, além de suas críticas, revoltas e, principalmente, para dar voz a construção e desconstrução de gênero, reforçando a teoria *queer*. Sendo assim, as joias servem de acessório para a performance do gênero feminino.

3. METODOLOGIA

3.1. Método Utilizado

Em busca de responder os objetivos deste trabalho, o método utilizado para o desenvolvimento da pesquisa foi o qualitativo, que para Bauer e Gaskell (2000) é uma condição *sine qua son* para se entender a vida social e o mundo dos entrevistados, fornecendo uma descrição detalhada. Para Trivínos (1987) a pesquisa qualitativa se faz necessária para buscar informações sobre as características culturais existentes na vida da pessoa entrevistada, dando ênfase nos significados mais aflorados do comportamento do entrevistado.

Para Richardson (1999), o método qualitativo é utilizado para descrever de forma mais profunda um fenômeno, onde o pesquisador não tem como objetivo medir ou enumerar os eventos estudados, e sim, compreender o fenômeno de forma mais ampla no contexto onde ele ocorre e faz parte. Sendo assim, com esse método, o pesquisador fica livre para fazer uso de sua criatividade, onde o mesmo pode se envolver no ambiente em que se está inserido proporcionando uma base maior para as interpretações futuras (DENZIN; LINCOLN, 1998). As entrevistas, ou narrativa oral, como denomina Rocha-Coutinho (2006) são fundamentais para o estudo de gênero. Para a autora,

A narrativa oral tem sido um instrumento básico nos esforços dos trabalhos sobre gênero para incorporar vidas, atividades e sentimentos, inicialmente das mulheres e, posteriormente, também dos homens, em nossa compreensão do passado e do presente, e que não têm sido contemplados nos estudos tradicionais (ROCHA-COUTINHO, 2006, p. 67).

No caso de entrevista com mulheres, Rocha-Coutinho (2006, p. 67) alega que a entrevista “ao dar voz a elas, torna-se possível que se dê conta da natureza dialética de sua consciência”. A entrevista se tornou uma ferramenta importante para ouvir a mulher e saber mais sobre seu mundo, o que muitas vezes, no passado, era dito pelos homens (ROCHA-COUTINHO, 2006).

Apresentado o método utilizado nesta pesquisa, os próximos passos apresentarão a produção dos dados, os motivos que foram escolhidos os participantes, análise dos dados e os aspectos éticos da pesquisa.

3.2. Produção de Dados

Para produzir os dados necessários, foram realizadas entrevistas individuais, através de uma conversação com sujeitos selecionados. Foi utilizado na entrevista um roteiro semiestruturado (Apêndice B), preparando um roteiro guia com perguntas que visam apoiar o pesquisador nos temas centrais e os problemas de pesquisa (BAUER; GASKELL, 2000). Mattos (2005, p. 824) afirma que a entrevista semiestruturada é “aquela em que é deixado ao entrevistado decidir-se pela forma de construir a resposta”, o que é confirmado por Trivínos (1987), ressaltando que as entrevistas semiestruturadas valorizam a presença do pesquisador, além de permitir que o entrevistado tenha maior liberdade e espontaneidade em suas respostas, de onde se obterá dados mais profundos e ricos.

As entrevistas foram armazenadas em anotações feitas durante e depois das entrevistas e através do uso de gravador digital, que é essencial para análise completa após a entrevista (TRIVINÓS, 1987), sempre deixando claro, por motivos éticos, que as entrevistas eram todas gravadas (BAUER; GASKELL, 2000). Os dados foram então transcritos pelo próprio pesquisador. No total, foram produzidos quatro horas de dados através das conversações realizadas com os participantes das entrevistas. As entrevistas aconteceram em um local propenso, distante do contato com outras pessoas e dotado de conforto para que os entrevistados se sentissem o melhor possível.

3.3. Participantes

Para realização das entrevistas, foram entrevistados sujeitos selecionados que fazem uso diário e consomem joias com idade superior a 18 anos. Foram escolhidos esses critérios por ser o foco da pesquisa porque, segundo Flick

(2004), quando se pesquisa em grupos heterogêneos há a possibilidade de se comparar os membros em detrimento do tema e objetivos da pesquisa. Em relação a quantidade de entrevistas a serem realizadas, sendo este número irrelevante, tentou-se chegar ao ponto de saturação dos dados, onde foram realizados 12 (doze) entrevistas até que os dados começaram a se repetir. Segundo Richardson (1999), as entrevistas não buscam dados quantitativos e sim qualitativos e o que importa é a qualidade das informações e não a quantidade.

Para se chegar aos entrevistados, foi utilizado o banco de cadastro de clientes de algumas joalherias e vendedores de joias. Os participantes selecionados para as entrevistas tinham idades entre 25 e 59 anos, possuindo de ensino médio completo à pós-graduação, com renda máxima de R\$ 12mil reais (doze mil reais) e de ambos os gêneros: masculino e feminino. Embora os participantes não se acharam expostos, optou-se por preservar o nome. Os nomes dos participantes foram poupados, dando lugar a nomes fictícios, como mostra o quadro 1 que apresenta os participantes selecionados para as entrevistas.

Para dar nomes aos participantes das entrevistas, o critério utilizado foi colocar nomes simples com cada uma das letras do alfabeto. Os nomes verdadeiros foram colocados em ordem aleatória em uma planilha e em seguida, nomeados com nomes fictícios em ordem alfabética conforme descrito. Sendo assim, se reduz a possibilidade de identificação de cada um dos participantes selecionados para as entrevistas, mantendo o sigilo e a descrição dos mesmos.

Quadro 1 – Caracterização dos participantes das Entrevistas

Nome	Gênero	Idade	Escolaridade	Renda
Ana	Feminino	29 anos	Superior Completo	8 mil
Bia	Feminino	26 anos	Superior Completo	8 mil
Carol	Feminino	51 anos	Superior Completo	12 mil
Duda	Feminino	30 anos	Pós-graduada	2,5 mil
Eva	Feminino	28 anos	Superior Completo	3 mil
Filó	Feminino	54 anos	Ensino Médio Completo	10 mil
Gil	Masculino	25 anos	Ensino Médio Completo	2 mil
Henry	Feminino	35 anos	Ensino Médio Completo	5 mil
Ian	Feminino	47 anos	Superior Completo	3 mil
Jó	Feminino	59 anos	Ensino Médio Completo	4 mil
Lua	Masculino	42 anos	Superior Completo	4 mil
Mia	Feminino	35 anos	Ensino Médio Completo	5 mil

Quadro 1: Caracterização dos Participantes das Entrevistas.

3.4. Análise dos dados

Este trabalho tem como tratamento e análise dos dados as técnicas da análise de conteúdo, que para Bardin (1977) é uma verificação prudente e uma interpretação brilhante. A análise de conteúdo é uma técnica empírica que busca traduzir as comunicações, sendo assim, não existe uma metodologia preestabelecida, mas a cada pesquisa se constrói novos métodos. A análise de conteúdo não é um único instrumento, mas sim, um conjunto de técnicas que visa traduzir o fato comunicado, portanto, será apresentado algumas dessas técnicas.

A análise dos dados qualitativos é, sem dúvidas, o núcleo da pesquisa qualitativa, que tem como amplo objetivo a busca pelo sentido e compreensão dos dados coletados (BAUER; GASKELL, 2000). Através de uma volumosa coleta de dados, se faz necessário então, transformar esses dados em

resultados claros, compreensíveis, criteriosos, confiáveis e originais. Através de processos analíticos se chega a esses dados. Vale ressaltar que os dados qualitativos não visam quantificar, trazer medidas ou contagens e sim, extrair os significados da vida para o sujeito entrevistado. A análise dos dados contou com a transcrição dos dados captados nas entrevistas por aparelho de gravação em texto e codificação e categorização temática (GIBBS, 2009). Para Bardin (1977) é necessário organizar os dados para fazer uma boa análise. A autora sugere três etapas: (1) pré-análise; (2) exploração do material e (3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

A transcrição dos dados não é algo obrigatório, mas através dos textos transcritos, se torna mais fácil a análise dos dados, facilitando o trabalho e trazendo qualidade para o mesmo. Mas é necessário, na hora da transcrição, ter muita atenção e buscar ao máximo ser fiel ao áudio e sempre que necessário fazer notas com ideias e expressões importantes captadas (GIBBS, 2009). Desta forma, a transcrição foi realizada pelo autor desta dissertação, onde pôde, além dos áudios, ter as anotações e lembranças dos momentos das entrevistas.

“Tratar o material é codificá-los” (BARDIN, 1977, p. 103). É necessário, primeiramente, saber o que se pretende analisar e torná-lo explícito, em detrimento com os objetivos específicos. A codificação é uma transformação do texto, que são os dados brutos, em recortes, agregação e enumeração, que permite de tal modo uma representatividade do conteúdo (BARDIN, 1977). A autora também propõe três etapas para a codificação: (1) Recorte – escolha das unidades; (2) Enumeração – escolhas das regras de contagem e (3) Classificação e agregação – escolha das categorias. Os recortes desta dissertação foram feitas buscando explicar os objetivos específicos, onde as falas foram enumeradas e classificadas de acordo com cada pergunta que se queria responder.

A categorização é uma classificação dos dados construtivos de um conjunto por diferenciação e, posteriormente, reagrupamento segundo o gênero – analogia – com os critérios previamente definidos, seguindo duas etapas: (1)

inventário: isolar os elementos e (2) classificação: repetir os elementos. Além disso, o processo de categorização aponta dois processos inversos: (1) é fornecido o sistema de categorias e os dados são alocados onde melhor se encaixam, na medida que são encontrados e (2) o sistema de categorias não é fornecido, sendo um resultado da classificação analógica e progressiva dos elementos (BARDIN, 1977). Esta dissertação utilizou a categorização posteriori, onde os sistemas de categorias serão construídos juntos com os elementos. As categorias criadas visaram, responder aos objetivos específicos proposto neste trabalho. Elas foram divididas em dois grandes tópicos: O consumo de Joias e Gênero e Joias.

3.5. Aspectos Éticos

Por se tratar de uma pesquisa na qual envolve seres humanos, fez-se necessário abrir uma petição juntamente à Comissão Nacional de Ética em Pesquisa, que é vinculada ao Ministério da Saúde, para obter autorização legal para tal fim. Vale ressaltar que esta dissertação foi realizada seguindo as diretrizes estabelecidas na Resolução do Conselho Nacional de Saúde, nº 466, de 12 de Dezembro de 2012 (CONSELHO NACIONAL DE SAÚDE, 2013); sendo o requerimento aprovado pelo CEP/UFES – Comitê de Ética e Pesquisa da Universidade Federal do Espírito Santo – do Campus Goiabeiras, conforme Parecer Consubstanciado nº 2.334.099 e Certificado de Apresentação para Apreciação Ética (CAAE) nº 73412217.9.0000.5542, no dia 17 de Outubro de 2017, que está no anexo I.

Antes de cada entrevista, os participantes selecionados eram orientados, apresentando a eles o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que segue no apêndice A que era assinado. Além disso, os participantes das entrevistas estavam cientes das gravações e fotografias, que posteriormente foram transcritas para se obter os dados. Vale lembrar que os dados estão armazenados e assim permanecerão por 5 (cinco) anos. Nada mais a expor, encerra-se este capítulo que apresentou as etapas e escolhas do método desta pesquisa.

4. O CONSUMO DE JOIAS

Como apresentado no referencial teórico, estudar o consumo é primordial para se conhecer uma sociedade, principalmente quando se deseja fazer um levantamento sobre algumas questões como: necessidades e identidades, escolhas e representações, poder e desigualdade (SLATER, 2002). É através dos bens que os indivíduos têm buscado se expressar, tornando tangível aquilo que eles gostariam de apresentar de si mesmos. Através dos bens, os indivíduos buscam marcar, tomando posse dos significados dos bens para apresentar categorias sociais, tais como classe social, *status*, idade, ocupação e, também, gênero (MACCRACKEN, 2003). Há em diversas falas dos sujeitos entrevistados resquícios da modernidade, algo que não podemos desconsiderar, pois a pós modernidade é uma evolução ou uma interrupção do modernismo (BAUMAN, 1998; LYOTARD, 2010; FEATHERSTONE, 1995), e o consumo de joias está se moldando aos padrões da pós modernidade. Cheios de simbolismo e (des)construções, o consumo de joias se tornou fundamental para a expressão de diversos modos de vida. Sendo assim, o objetivo deste tópico é apresentar ao leitor as informações extraídas dos dados coletados em parceria com os sujeitos entrevistados e entender a prática do consumo dessas pessoas e o que buscam com tal prática.

4.1. Joias e sua representatividade

A joia em si, trabalhada principalmente no ouro, mas não desconsiderando a prata, é algo que traz um deslumbre desde tempos muito remotos. Questionados sobre o que é uma joia, foram ditos adjetivos que a classificaram como: “um dengo, é um carinho” (CAROL). “É algo que fascina, aquela coisa bonita” (FILÓ). “É bom demais. É tudo. Eu gosto” (HENRY). “Eu tenho a joia como peça primordial. Eu gosto muito de ouro, sou fascinada” (DUDA). Mas as joias podem ir muito mais além do que meros mimos, elas são recheadas de significados que ficam explícitos na fala de alguns sujeitos entrevistados. Um dos objetivos da joia encontrado, além da construção do gênero que será tratado mais à frente, é o de apresentar o *status*, a conquista, o poder,

estratificando de forma sistemática a vida social do sujeito (RUSSELL, 2010; BAUMAN, 2008a). A representação do uso de joias diverge em diversos pontos na visão dos entrevistados, indo de conquistas pessoais a acessórios indispensáveis que reforçam o gênero do sujeito. Quando questionadas sobre o que a joia representava, os entrevistados atribuíram às joias significados como: poder e autoridade; carinho e cuidado para consigo mesmo; uma vestimenta essencial e herança. Cada uma dessas representações será analisada a seguir.

4.1.2. Ostentação, Autoestima e Autoridade: o Poder através das joias

O Poder é uma ferramenta exercida através das práticas sociais construídas ao longo da história, onde nenhuma instituição, estrutura ou pessoa representa ou adquirir o poder, pois, para Foucault (1979), não é possível se apossar ou se intitular do poder, devido ele não ser um objeto ou propriedade. Na verdade, para o autor o poder só se estabelece em uma relação social e pode ser somente exercido. Para Foucault (1999, p. 28-29) nós “somos submetidos pelo poder à produção da verdade e só podemos exercer o poder mediante a produção da verdade”. O autor continua: “afinal de contas, somos julgados, condenados, classificados, obrigados a tarefas, destinados a uma certa maneira de viver ou a uma certa maneira de morrer, em função de discursos verdadeiros, que trazem consigo efeitos específicos de poder” (FOUCAULT, 1999, p. 29).

O poder deve ser analisado como algo que circula, ou melhor, como algo que só funciona em cadeia. Nunca está localizado aqui ou ali, nunca está nas mãos de alguns, nunca é apropriado como uma riqueza ou um bem. O poder funciona e se exerce em rede. Nas suas malhas os indivíduos não só circulam, mas estão sempre em posição de exercer este poder e de sofrer sua ação; nunca são o alvo inerte ou consentido do poder, são sempre centros de transmissão. Em outros termos, o poder não se aplica aos indivíduos, passa por eles. Não se trata de conceber o indivíduo como uma espécie de núcleo elementar, átomo primitivo, matéria múltipla e inerte que o poder golpearia e sobre o qual se aplicaria, submetendo os indivíduos ou estraçalhando-os. Efetivamente, aquilo que faz com que um corpo, gestos, discursos e desejos sejam identificados e constituídos enquanto indivíduos é um dos primeiros efeitos de poder. Ou seja, o indivíduo não é o outro do poder: é um de seus primeiros efeitos. O indivíduo é um efeito do poder e simultaneamente, ou pelo próprio

fato de ser um efeito, é seu centro de transmissão. O poder passa através do indivíduo que ele constitui (FOUCAULT, 1979, p. 183-184).

Foi através dessa análise sobre o poder, apresentado por Foucault (1979; 1999), que se pôde observar dentro dos discursos de alguns entrevistados como o poder perpassa por eles. É o que discursa Ian ao apresentar seus motivos para fazer uso e joias. Sendo dentista, ela precisa apresentar um certo padrão social para seus pacientes para ser bem vista, bem-sucedida. Ela precisa estar sempre com boa aparência e possuir objetos que a classificarão como tal, sejam joias, bolsas, carros e casa.

É ostentar. Mostrar um padrão, um poder. Ninguém usa joia para outro fim. Infelizmente essa é a realidade. Porque assim, eu gostava, mas não é mais nessa finalidade. Mas o usar joia te leva mostrar que você "está podendo". Infelizmente, a minha profissão me exige ostentar. Não estou no nível que o pessoal vive, mas para você ter ideia, quando eu não tinha carro, várias vezes os pacientes perguntavam: qual é o seu carro? Ah, não tenho carro. Aí você via o paciente murchando na cadeira. O que o paciente via se eu ando bem arrumada, tenho carro e estou cheia de joias eu ganho bem, se eu ganho bem, significa que sou boa profissional. Não tem nada a ver uma coisa com a outra, mas infelizmente é essa associação que eles fazem. E aí, o paciente me observa, observa o que estou usando. Por exemplo, o dia que venho sem anel, teve paciente que perguntou: por que está sem anel hoje? Cadê as suas joias? Infelizmente o mundo é assim. E isso é muito claro. Quantos pacientes me perguntam onde eu moro (IAN).

Henry também apresenta em uma de suas falas um padrão dentro da joia que a remeta à autoridade e satisfação pessoal. Embora em seu discurso ela insista que não faz uso de joias para mostrar aos outros, mas pode-se ver que são as construções sociais que fazem com que ela busque uma apresentação e interpretação do objeto como tal, já que o poder perpassa também por ele (FOUCAULT, 1979).

Satisfação, é.. beleza. Te dá uma certa autoridade, embora eu não use para ninguém achar que é joia ou um folheado ou alguma coisa, eu uso porque eu me sinto bem. Gosto de joia. Não uso pra ninguém saber se é uma joia, mas eu sei que é, eu gosto. É uma satisfação pessoal (HENRY).

Estar satisfeito é estar adequado a um padrão. Acredita-se que é no meio social em que vive, nos padrões ditados, ou seja, chegar a auto realização, a

satisfação e ter uma autoestima positiva só pode ocorrer quando o sujeito se adequa ao meio social do seu entorno, podendo ser essa, um dos primeiros efeitos do poder: “efetivamente, aquilo que faz com que um corpo, gestos, discursos e desejos sejam identificados e constituídos enquanto indivíduos é um dos primeiros efeitos de poder” (FOUCAULT, 1979, p. 183-184). Também é assim que se analisou o discurso de Carol, que vê a representatividade da joia como um marco, uma conquista, uma realização pessoal dela ao longo de um ano produtivo e satisfatório para “ela”. A busca pela satisfação é, portanto, uma produção do poder no sujeito:

[...]. Eu acho que representa o carinho por mim né, eu acho que eu mereço. Não é nem o lado financeiro, é uma realização. É simbólico. Fechei bem o ano, é minha premiação. Eu me premiando, não pelo valor, pode ser um pingente, um anel, um relógio, qualquer coisa. Isso é desde que eu comecei a trabalhar (CAROL).

Em muitos dos motivos para utilizar joias se nota a presença intrínseca do poder, que perpassa os sujeitos através do uso de joias em relação ao meio social que os mesmos vivem. Para ostentar e satisfazer, a joia nada mais é do que uma representação de poder no meio social. O ouro por si só já é visto como algo prestigioso, o que faz com que a joia seja apenas um objeto para transportar esse prestígio em forma de adorno. A joia é, portanto, além de outras utilidades que veremos mais à frente, um forte objeto, alicerçado por simbólicos significados de poder em que o sujeito pode ser perpassado. No próximo tópico, veremos a joia como um investimento ou uma herança a ser deixada para as gerações futuras.

4.1.2. Herança e Investimento financeiro

Uma característica marcante nas joias que pode ser um empecilho para que seus significados avancem no tempo é em relação ao consumo de joias ligado a perpetuação da mesma pelas gerações na família. Se no período atual estamos vivendo no pós-modernismo, numa sociedade denominada como “líquida ou tardia” (BAUMAN, 2008a; GIDDENS 2002), onde o sujeito se tornou “instável” e “fragmentado”, onde o velho é obsoleto e se faz necessários novos

bens, o significado do consumo da joia ainda se encontra, por assim dizer, mais ligado ao movimento moderno, do que a atual pós-modernidade. Isso se dá porque, na modernidade, o consumo de bens possuía significados duradouros. A tradição, como a pátina, fazia com que os bens fossem passados de geração em geração (MACCRACKEN, 2003), trazendo, portanto, um significado que não demonstrava uma busca constante por novos significados, mas de manter a tradição da família: “eu uso desde infância, minha família é muito ligada a essas questões” (DUDA). Para Eva, o significado da joia é algo “durável, um presente que não irá acabar”. Nas pessoas com maior idade é mais perceptível ainda essa visão, como reforça Jó, que tem 59 anos:

Joia pra mim é uma coisa assim, que eu prezo muito. É uma coisa que passa, de família. Eu tenho uma filha, então estou comprando hoje, mas é coisa para minha filha, minha neta, uma coisa para a família. Eu penso assim, no futuro. Um bem que eu vou deixar para os meus filhos [...]. É uma coisa eterna, para a vida toda, que vai passando de geração em geração. (JÓ).

Busca-se através das joias deixar um legado, talvez algo que vá muito além da simples herança, de conseguir mostrar para filhos e netos que foi possível vencer na vida através de muito esforço. Mas na joia há também um simbolismo muito forte quanto a ter atingido certo patamar social, a ter galgado realizações. A joia tem uma representação de se ter conquistado um sonho. A joia representa uma mudança na vida da pessoa através de seus méritos: “eu via as pessoas na rua, achava bonito e dizia que um dia eu iria comprar pra mim também. Aí comecei a trabalhar e comecei a comprar” (GIL). A joia pode marcar o início de uma carreira bem-sucedida: “foi depois que me formei. Porque antes eu não podia, aí depois que eu formei que eu comecei a comprar, a ter” (IAN).

Outro ponto característico marcante na fala dos sujeitos em relação ao consumo de joias é em relação ao investimento financeiro que o ouro pode proporcionar. Fazendo uma ponte com o parágrafo anterior, que abordou a questão da perpetuação das joias de geração em geração, talvez o valor simbólico do ouro como um investimento, uma herança, reforça a vontade de

querer perpetuar o sucesso financeiro. Filó prefere “entre uma bijuteria e uma joia, pra mim, eu gosto de joia, mesmo que seja uma só, pra mim eu prefiro usar joia, porque também é um investimento”. Jó concorda: “É algo que você está investindo e aquilo só vai valorizando, então só presenteio com joias”. Henry segue a linha de pensamento: “não vejo a joia só com um uso, mas como um investimento”.

O ouro é um dos poucos ativos financeiros que realmente possui valor comercial internacional, sendo comercializado pelo mundo inteiro, com cotações diárias nas maiores bolsas de valores do mundo. Sendo assim, ao se adquirir uma joia de ouro, o ouro nela contido, excluindo o design, a marca e outros atributos que agregam valor à peça, o ouro em por si só tem um valor que pode ser reconhecido no mundo todo. É possível, portanto, adquirir uma peça de ouro no Brasil, por exemplo, e a mesma ser vendida em qualquer parte do mundo por um preço que será baseado na cotação internacional.

Mas entre ter a joia com um investimento e utilizar a joia há uma diferença muito grande. É o que veremos no próximo tópico, pois ao mesmo tempo que as pessoas querem ostentar, mostrar que estão podendo, querem presentear com joias pelo fato de serem duradouras e servirem como investimento devido a sua valorização, muitos sujeitos estão com medo de utilizar suas joias. A insegurança vivida, ou “construída”, no dia a dia tem restringido a liberdade de se poder utilizar qualquer tipo de joia em qualquer momento. Assim o uso de joia tem sido limitado por esse ponto: a insegurança.

4.1.3. O uso diário das Joias e o Medo: liberdades em xeque

As joias também representam algo essencial na vida de alguns sujeitos entrevistados, como ostentar, ter autoridade e satisfação como se viu e também será visto ao decorrer desta dissertação que as joias podem representar o sujeito, como Gil, por exemplo, que faz uso constante de joias. Para Gil, estar sem joias é como se estivesse faltando algo, ou será que sua representatividade é ameaçada sem seus adornos? “Não consigo ficar sem.

Sem cordão e sem brinco. Parece que estou pelada, falta alguma coisa. É estranho” (GIL). Como veremos de forma mais profunda à frente, a construção da identidade se dá através da performatividade e performance, o que é essencial para construir e desconstruir uma identidade. Para Gil, as joias representam sua identidade, mas nem todos os entrevistados optam por usar suas joias de forma diária ou, para não perder a representatividade no dia a dia, optam por possuir joias para diferentes ocasiões, o que se dá muito em questão ao medo de se utilizar suas joias.

A questão da segurança também foi um ponto muito destacado pelos sujeitos entrevistados. Por possuir grande valor monetário em pequenas peças, a forma de utilização das joias varia, onde os sujeitos entrevistados possuem peças para determinadas ocasiões. Os sujeitos acabam limitando sua forma de se expressarem através das joias por conta do medo devido sensação construída da falta de segurança. O medo é uma construção social, um forte representante do poder, que molda a forma dos sujeitos de agirem (FOUCAULT, 1979) e esse medo tem tomado a “liberdade⁴” dos sujeitos. Faz-se necessário abrir mão da liberdade, em determinadas ocasiões para se ter um ambiente, de certa forma, seguro. Desta forma, quando questionadas de que formam utilizam as suas joias pôde-se ver nos discursos que os entrevistados possuem joias para diferentes ambientes, ou seja, elas abrem mão da liberdade de poder usar suas joias sem qualquer restrição no dia a dia para se sentirem mais seguras:

Tenho uma joia para cada ocasião. Se eu for num casamento eu tenho umas pulseiras mais grossas, que eu uso e já **não vou usar na rua**, tenho anel cravejado que **não uso na rua**. Tenho algumas peças selecionadas, brincos essas coisas eu tenho. Eu as diferencio das do dia a dia (HENRY, grifo nosso).

O medo de sair na rua toma a liberdade de Henry. Talvez henry se sinta mais segura ao redor de outras pessoas, num ambiente onde as pessoas se fazem conhecidas. Nesse tipo de ambiente ela pode se expor mais e melhor. O fato

⁴ Para Foucault (1979) e Butler (2001) os sujeitos não agem de forma voluntária, mas são frutos do constructo social, de normas que vem antes do agente. Portanto, a liberdade só existe no senso comum.

dela querer nesses ambientes, no caso, um casamento, usar suas pulseiras maiores remete à questão debatida no tópico anterior em relação ao poder, ou seja, num local onde as pessoas se fazem conhecidas, o risco e a insegurança se tornam menores, assim ela aproveita para se expor, mostrando seu *status* para aquelas pessoas que a conhece e irão reconhecer o que ela quer representar através das joias.

Olha, as minhas joias mais leves eu deixo para o dia a dia e as joias mais pesadas eu deixo pra sair, **também não vou me expor**. Só anel eu tenho 20, tudo pesadão. **Tem uns fraquinhos para o dia a dia (ver figura 4)**. No dia a dia eu sempre gosto de usar um em cada mão. Eu tenho 20 anéis, 22 pulseiras e 22 cordões. [...] mas tem aqueles que eu mais gosto, mais leve que eu uso no dia a dia. Os mais pesados é pra quando eu vou em uma festa, ou até mesmo, para igreja, eu gosto de ostentar (JÓ).



Figure 4. Joias do dia a dia de Jó.

Muito embora não queira se expor, Jó faz uso de vários anéis no seu dia a dia, porém, mais “fraquinhos” (figura 4). Talvez esses anéis mais simples não possuem tanto valor agregado quanto aos outros que ela diz ter, mas mesmo usando vários anéis em seu dia a dia, sua liberdade é prejudicada no momento em que ela precisa ter diferentes anéis para diferentes ocasiões, pois o medo da exposição a leva a diferenciar os anéis no seu dia a dia.

Abrir mão da liberdade – não que isso seja possível – e não fazer uso de joias está ligado ao medo da subtração dos bens. Para Bauman (2008b) o medo é um sentimento que toda a criatura, seja humana ou animal conhece. Mas acaba que muitas das vezes estamos tão presos aos nossos objetos que criamos situações em nossas mentes ao olharmos o mundo lá fora. Para Bauman (2008b) o homem tem medo em um grau mais elevado do que os animais chamado por ele de “segundo grau” ou “medo derivado⁵”, ou seja, a pessoa tem uma visão de mundo que inclui a insegurança e a vulnerabilidade, mesmo não tendo um resquício de ameaça, sendo difícil concluir se as pessoas deixam de usar suas joias por um perigo real ou se já perderam a capacidade de separar o perigo do medo devido à imaginação aflita do medo e/ou ausência do hábito de sair (BAUMAN, 2008b).

Embora essa dissertação tenha como objetivo principal entrelaçar o consumo de joias quanto à formação dos gêneros, fez-se necessário apresentar este tópico para trazer à tona algumas das características de consumo que servirão de base para as análises futuras em relação à construção do gênero. Vimos que o consumo de joias pode estar ligado ao investimento, à tradição familiar e às conquistas, sejam elas sociais, financeiras e também tem relação com o poder. Existem diferentes maneiras de se utilizar as joias e diferentes joias para cada ocasião, decorrentes dos medos e inseguranças, o que toma a liberdade de alguns sujeitos. Nos próximos tópicos entraremos de fato na formação do

⁵ “O ‘medo derivado’ é uma estrutura mental que pode ser mais bem descrita como o sentimento de ser *suscetível* ao perigo; uma sensação de insegurança (o mundo está cheio de perigos que podem se abater sobre nós a qualquer momento com algum ou nenhum aviso) e vulnerabilidade (no caso de o perigo se concretizar, haverá pouca ou nenhuma chance de fugir ou de se defender com sucesso; o pressuposto da vulnerabilidade aos perigos depende mais da falta de confiança nas defesas disponíveis do que do volume ou natureza das ameaças reais)” (BAUMAN, 2008b, p. 10).

gênero do sujeito ao consumir joias. Seja esse consumo hereditário ou por compras próprias, os sujeitos buscam na joia algo além: sua identidade de gênero.

5. A RELAÇÃO DO GÊNERO E JOIAS

Heranças, investimentos, conquistas sociais e financeiras, tudo isso representado através das joias. Mas algo que se faz notório nas joias é que elas vão muito mais além: elas podem construir, desconstruir ou reforçar o gênero do sujeito, sendo um objeto que manifesta a inteligibilidade dos gêneros, pois “ela me ajuda externar, minha feminilidade, ser mulher” (EVA). Sendo assim, será exposto neste tópico as questões da construção e da desconstrução da identidade do gênero, a performance e performatividade dos gêneros através do consumo de joias.

5.1. A Construção da Identidade de Gênero através da Joia

A busca pela identidade faz parte da vida cotidiana de todos os indivíduos (SAWAIA, 2001), porém, a construção da identidade não é algo simples e abrange diversas áreas do conhecimento, o que torna o tema relevante, mas a sua compreensão é difícil (CIAMPA, 1984). Para Louro (2000a), a identidade concretiza o que o sujeito é ou não e é através da identidade que as diferenças são produzidas e tende-se, através do meio social, uma valorização maior do masculino (SAWAIA, 2001):

[...] o homem sempre vai sobressair, vai ter o maior, o melhor, o mais forte. Porque o homem já é tido como um ser alfa, então pra mim já vem de décadas. O homem precisa mostrar mais firmeza, então as joias acompanham o homem assim: mais grossa, mais forte, mais firme (LUA).

Para Louro (2001a), a construção da identidade não é algo que se tem de forma natural, mas possuindo dimensões políticas e sociais e um caráter construtivo. Para a autora, as identidades de gênero são compostas e definidas

pelas de relações sociais, através das redes de poder de uma sociedade (LOURO, 2001a):

Eu escuto muito minhas colegas falando o seguinte: você é tão grande - porque eu tenho 1,75m - e você usa umas coisas tão delicadas, é tão diferente. Porque a gente vê uma mulher mais alta, a gente pensa numa mulher mais abrutalhada, e quando a gente vê você com essas joias delicadas é tão diferente isso. Então eu vejo dessa forma. Essa parte minha delicada mesmo. Então, eu uso as joias mais delicadas – ver figura 5 – para mostrar **minha delicadeza** (DUDA, grifo nosso).



Figure 5. Joias delicadas de Duda

A ênfase na frase “minha delicadeza” se deu pelo fato dos corpos serem construindo de forma social e se quer neles expressar o que é (LOURO, 2001a; BUTLER, 2001). Foi devido a querer expressar o que era que Duda recorreu ao uso de joias mais delicadas para se apresentar perante suas amigas como uma mulher mais delicada e não como “abrutalhada” como ela se enxerga.

As construções das noções do corpo feminino estão relacionadas com as classes, raças e gênero. O padrão meigo, gentil e fisicamente frágil da mulher no período da cultura vitoriana, estava vinculado a um *status* social da elite, ao contrário das demais mulheres trabalhadoras. A corporeidade da mulher foi sendo definida pelo seu principal objetivo: a reprodução (ADELMAN, 2003). Bartky (1997) argumenta que o corpo feminino “dóceis e disciplinados” fazem

parte da modernização do poder patriarcal. Bordo (1997) enxerga os processos de construção dos corpos femininos em dois sentidos: (1) nas práticas corporais – exercícios físicos, dietas, cirurgias para aperfeiçoar o corpo e demais preocupações com a aparência – e (2) quanto no sentido das imagens culturais que servem para embasar as práticas corporais. O corpo feminino é padronizado em termos de tamanho (altura, volume do corpo e etc.) formas (curvas, ausência ou presença de gordura e/ou musculatura), posturas e movimentos. Essa construção se dá em uma verdadeira batalha política (BORDO, 1997). Por isso que, para Duda, o utilizar joias se faz necessário para que ela, que se adjetiva como “abrutalhada”, ou seja, fora dos padrões femininos da sociedade em que ela convive, mostre o que ela gostaria que as pessoas vissem nela: a delicadeza.

Para Louro (2001a), os corpos são responsáveis pela visualização da identidade, inclusive a de gênero, buscando não apresentar formas ambíguas e inconstantes. Para a autora, os significados dos corpos são culturais e históricos, sendo constantemente alterados: “eu me identifico mais com a questão masculina, mas quando eu coloco as joias eu quero chamar a atenção do público feminino, mas eu me identifico muito com o sexo masculino” (LUA).

Para Foucault (1988), as identidades são produzidas por discursos dominantes pelos ditos normalizados, tendo a heteronormatividade como forte influência no processo da construção da identidade, capaz de influenciar os indivíduos no que podem ou não podem fazer. Para Butler (2016) é a heteronormatividade que cria a identidade de gênero, tendo a heterossexualidade como fundamento que regulamenta a sexualidade. A heteronormatividade é vista com um sistema normativo de crenças, sendo a heterossexualidade dita como “normal” e superior à homossexualidade, buscando ajustar dentro do binário as relações que buscam organizar as práticas, os atos e desejos, baseando-se no casal heterossexual reprodutor (SOUZA; PEREIRA, 2013). Dessa forma, os sujeitos, heterossexual ou não, empenham-se para se encaixarem dentro das categorias mais rígidas da heteronormatividade (MUHR; SULLIVAN, 2013), como foi com a mãe de Eva que buscou encaixar a filha dentro desse padrão ao adorná-la: “Minha mãe. Ela sempre nos deu. [...] Sempre arrumou a gente

com cordãozinho, pulseirinha, essas coisas, porque era feminino” (EVA). Sendo que as pessoas mais próximas do sujeito que o influenciam são os familiares: “minha família é muito ligada a essa questão de joias” (DUDA). “Foi a minha vó. Ela foi o marco” (CAROL).

A heteronormatividade se tornou um padrão a ser seguido, onde as instituições, estruturas de compreensão e práticas, tornam a heterossexualidade, não somente correta, mas também normal e com privilégios, tornando o padrão a ser seguido (BERLANT; WARNER, 1998). Fazendo uso do “padrão” criado pela heteronormatividade, as joias passaram a possuir característica que acabam distinguindo os gêneros. “Eu acho que existe sim uma diferença, tem aquela coisa masculina e feminina” (CAROL). Sendo que as joias masculinas são “[...] mais pesadas, quadradas e grossas [...] (LUA), pois “[...] o cordão do homem é mais grosso, maior, grandão. [...] a pulseira é mais grossa e é uma só também [...] (GIL). “A joia masculina é mais pesada [...]. O homem não, tem que ser aquela coisa mais pesadona, dar aquele ‘tchan’ na pessoa” (DUDA). “O homem é pulseira, relógio e cordão” (CAROL). “[...] A (joia) masculina é mais grosseira” (IAN). O padrão feminino se apresenta como o oposto e mais “delicado”, o que é normal dentro do binário, que prevalece a supremacia masculina (SAWAIA, 2001), portanto, para os sujeitos entrevistados, as joias femininas são “mais fininhas, mais delicadas” (LUA). “[...] geralmente a mulher usa um cordão mais fino e cheia de pulseiras” (GIL). “[...] eu vejo a mulher com uma peça mais delicadinha, fica mais luxuosa, mais charmosa [...]” (DUDA). Todos esses formatos e design de joias são distinguidos devido ao olhar heteronormatizado que os sujeitos entrevistados possuem em relação as joias, onde a heteronormatização padronizou, inclusive, os diferentes modelos de joias.

A heteronormatividade são princípios que ditam o modo de viver de cada indivíduo, influenciando, inclusive, o modo de se relacionar com o sexo oposto, sendo um dispositivo de poder, onde o cerne é construir sujeitos dotados de padrões, influenciando até mesmo os homossexuais (MISKOLCI, 2009; SOUZA; PEREIRA, 2013). Mas de onde advêm esses padrões? Quando questionados a isso, os sujeitos apresentam visões diferentes:

Então. Acho que tudo na vida da gente o modelo é quem pensa. Acho que é dialético. Quem vai criar pensa no perfil da sociedade atual, o que ela vai desejar. E quem vai usar, vai comprar aquilo que teve o olhar do outro também, então eu acho que é dialético. Não é o consumidor que dita, que fabrica, não, é dialético (CAROL).

Entende-se como dialético na frase de Carol como algo que tem como a cultura, o meio social em que o sujeito vive e foi criado como ditador das normas que ele irá seguir. Para Carol, depende de uma série de fatores que podem fazer com que uma mesma joia tenha significados diferentes em diferentes contextos onde o sujeito que a utiliza está inserido.

Alguns pensam que eles mesmos ditam essas regras: “a pessoa mesmo. Cada um pensa de uma forma” (DUDA). “Ninguém, eu é que vejo [...]” (GIL). Mas para Butler (2001) o indivíduo não representa seu gênero de forma voluntária, trazendo à tona aquilo que ele gostaria como escolha de identidade, mas a performatividade é oriunda das normas que vem antes do agente, sendo a construção do gênero uma imposição: “Acho que vem de séculos atrás [...]” (LUA). “O próprio mercado. É o que a gente vê. [...]”. (IAN). Tudo isso demonstra as normas que nos constituem como sujeitos dotados de um determinado gênero, pois são as normas que nos forçam a encaixar dentro de uma lógica binária de gênero.

Eu acho que é a **gente mesmo**. A própria população tem disso um pouco. Embora a gente está saindo disso tudo, mas ainda sim, lá dentro a gente consegue preservar a coisa **do feminino, do masculino**. Então eu acho que isso vem de cada pessoa mesmo. Está na população, precisa amadurecer mais ainda. A gente ainda procura escolher, por mais que esteja usando de tudo, mas a gente ainda procura escolher umas peças que vai relatar mais sobre a masculinidade e a feminilidade (HENRY).

O primeiro destaque parece estar desacordo com o que Butler (2001) argumentou. Entretanto, embora venhamos pensar que podemos agir por nós mesmos, na verdade, somos frutos do meio em que vivemos, como na mesma frase finaliza Henry dizendo: “[...] mas a gente ainda procura escolher umas peças que vai relatar mais sobre a masculinidade e a feminilidade”. Vale ressaltar que ela discursa que “a gente consegue preservar a coisa do

feminino, do masculino”. Isso se dá pelo fato de que a heteronormatividade os sujeitos a se encaixarem dentro de um dos binários, mas existem dentro de deles os dois binários ao mesmo tempo. Os sujeitos deixam de expressar um para que o outro seja reforçado. Como veremos mais à frente, em outro tópico, é possível, já que o gênero é uma construção social, fazer e desfazê-lo.

Conclui-se neste tópico que as joias influenciam na construção da identidade gênero, sejam elas masculina ou feminina, elas também possuem padrões heteronormativos que lhe atribuem características masculinas ou femininas, através do design que lhe é proposta. Vimos também que o meio social é um influenciador direto da formação dessas normas da heteronormatividade. No próximo tópico, analisaremos a desconstrução da identidade de gênero através do uso de joias, onde será citados exemplos como o *funk* que tem trazido com suas dançarinas o uso de joias mais robustas e “masculina” e também as campanhas publicitárias que vêm criando novos padrões de consumo.

5.2. Fazendo e desfazendo gênero através das joias

Como já foi falado, gênero não é algo fixo ou que o sujeito o possui, ele é uma construção social. Desta forma o gênero pode ser feito e desfeito. O gênero é um dos principais meios para se organizar uma sociedade e a relação existente faz com que as pessoas passem por situações de pressão que as levam a se comportarem de maneiras determinadas (WEST E ZIMMERMAN, 2014), portanto, para os autores, os indivíduos se tornam sujeitos na medida em que são levados a fazer e desfazer seu gênero, sendo essa mudança um processo social, onde os sujeitos buscam refletir, através das diversas atividades, representar ou exteriorizar seu gênero, notando o comportamento dos outros indivíduos do meio social de forma similar (WEST E ZIMMERMAN, 2014), como é o caso de Lua que é conduzida a performar o gênero masculino: “Porque a mulher usa joia para mostrar para outras mulheres. O homem na verdade ele nem costuma reparar nesse tipo de coisa. Então eu uso joias mais para o sexo feminino reparar”. Mesmo se identificando com o gênero masculino, ela faz o uso de suas joias, não importando se vai exteriorizar o

gênero feminino, mas para ela, a joia é uma estratégia para chamar a atenção de outros sujeitos do gênero feminino. Ela se identifica com o gênero feminino, se externa como gênero feminino, mas com o fim único de atrair o gênero feminino. Por trás das joias e outras performances, que acabam fazendo um gênero feminino, esse gênero é desconstruindo pelo fato dela ser atraída pelo gênero feminino, e não pelo binário oposto, masculino.

Para Butler (2006), sendo o gênero uma construção social, é possível fazer e desfazer o gênero de forma ampla, pois o mesmo, sendo um constructo social, não existe em uma forma original. O fazer e desfazer gênero está inteiramente ligado ao contexto social em que o indivíduo está inserido: “[...] sua identidade você vai mostrar no primeiro momento. Então você não vai trocar com aquilo (joia) ali. A não ser que você more com seus pais e você quer mostrar o que você não é” (GIL). A profissão do indivíduo também pode influenciá-lo diretamente: “[...] depende da profissão. Se for homem que trabalha com moda, não sei. A minha realidade, o meu universo [...] quer dizer, psicólogos que eu conheço não usam” (CAROL, quando questionada sobre pulseira e cordões mais finos para homens). Para Duda, seu gênero pode ser feito e desfeito através das joias, devido a forma como suas amigas a observam:

Eu vejo quando uso prata, raramente, eu vejo que é diferente. Porque na prata os meus acessórios são pesados e no ouro não. Eu acho que expressa, chama mais atenção. Quando eu coloco uma prata eu vejo que as pessoas notam e interfere com meu gênero (DUDA).

Dando destaque a fala de Gil, ela acredita poder construir e desconstruir seu gênero em determinados ambientes, muito embora já fora visto que os sujeitos não são agem de forma voluntário, mas são levados a performar (BUTLER, 2001). Gil expressa que ao estar próximo do ambiente familiar ela tende a “performatizar” de um jeito e longe do ambiente familiar, ela tem outra performatização (os termos serão discutidos no próximo tópico para maior entendimento).

Não é porque eu sou masculina que eu preciso exagerar. Tem pessoas que não pensam como eu e infelizmente tem pessoas que

estragam a raça. Não é porque eu me identifico como homem que eu tenho que me esbanjar como homem. O preconceito é muito grande. Quanto mais você demonstrar, mais será afetada. Então eu gosto de uma coisa mais *light*, porque ninguém tem nada a ver com minha vida. Então, não quero mostrar nada para ninguém, só ser eu mesma (GIL).

Poderia ser interpretado equivocadamente que num ambiente, fora do contexto social familiar, Gil tem seu gênero de uma forma, mas em outro ambiente social, ela desfaz seu gênero longe da família, dando lugar a outro gênero. Mas essa interpretação se torna equivocada à luz de Butler (2001), porque o gênero não é algo que alguém possui ou tem, mas algo que se faz por meio do discurso que te produzi como sujeito. Ou seja, fazer gênero não é um ato voluntarista do sujeito. Na verdade, Gil faz e desfaz seu gênero a todo o momento, de acordo com o discurso que prevalece no ambiente em que ela está inserida.

Outro destaque que foi dado à fala de Gil é em relação ao preconceito. Gil acredita que o preconceito ainda é muito grande, por isso ela tende a não se produzir com sujeito do gênero masculino o tempo todo. Para West e Zimmerman (2014) o preconceito é um recurso importante na obrigação de se fazer gênero, pois, se o gênero é um comportamento imposto pelo meio social, o preconceito reforça, de maneira opressora, a tornar genuína a identidade de gênero através da organização social. Mas aos poucos, os binários vão se desfazendo dentro da sociedade, extinguindo o preconceito, os valores que outrora eram impostos pela sociedade. Portanto, através do uso de joias e outros acessórios é possível fazer e desfazer gênero. O ambiente social do indivíduo ainda ditas as regras, através da heteronormatividade, mas seguindo as regras para cada gênero, os mesmos podem ser feitos e desfeitos e a joia se torna um elemento a mais para não só construir, mas para também desconstruir os gêneros. O preconceito ainda é grande, o que reforça ainda mais o binário masculino e feminino, mas um avanço silencioso já vem acontecendo em nossa sociedade com a desconstrução do que é masculino e do que é feminino:

[...] eu não vejo uma associação se isso é feminino, se isso é masculino, eu acho que, hoje já perdeu um pouco dessa coisa de

separar isso pra cá, isso pra lá, embora tenham pessoas que costumam ter esse tipo de valor, mas eu acho que hoje, retratar uma joia ou qualquer outra peça que venha separar isso pra gênero, eu acho que não, que hoje em dia já se usa de tudo um pouco. O fino pode usar para quem é muito masculino, o grosso pode usar para quem é delicado. É questão de bom gosto e estilo (HENRY).

Eva enxerga a sociedade como fonte das regras que a faz ter sua identidade de gênero. O sujeito, imerso no meio social em que vive acaba sendo influenciado por tudo aquilo em que vivência, é o que se ver na fala de Eva. Para ela, a indústria, que pode ser interpretado como o comércio, a moda, a publicidade e propaganda (McCRACKEN, 2003), algo mais amplo do que ela quis dizer, pode influenciar de modo direto a formação da identidade do sujeito, inclusive na construção e desconstrução da identidade de gênero.

A meu ver, por exemplo, acaba sendo uma **identidade**. O próprio meio, a sociedade em si. Você pode ver que é meio padronizado o que certos grupos usam, então, creio que as próprias pessoas. A indústria influencia também, de certa forma (EVA).

A fala de Eva chama à atenção, principalmente quando ela coloca que a “indústria” é quem dita influencia. Cabe aqui apresentar uma campanha na qual foi encontrada no momento em que se estava escrevendo essa dissertação. A campanha é de uma marca de relógio, na qual ela lança uma campanha intitulada “estilo *boyfriend*”, que tem como objetivo apresentar uma “tendência” que faz com que as mulheres usem objetos – roupas e acessórios – com características masculinas, como se fossem tirados do armário do namorado (figura 6). Embora a campanha rompa em parte com a heteronormatividade, ao propor que a mulher use acessórios masculino, ela não quebra a relação sexual entre eles, pois a proposta é que mulher use os acessórios do homem, mantendo, portanto, o relacionamento heterossexual, mas ela apresenta uma proposta para a desconstrução do gênero feminino e a construção do gênero feminino, por parte da namorada ao fazer uso dos acessórios do seu namorado, que são acessórios masculinos.



Figure 6. Estilo "boyfriend"

Um outro enunciado que chamou a atenção em relação às regras e quem as ditas foi em relação ao estilo musical conhecido no Brasil com *Funk*⁶. Para Lua, as dançarinas de *funk* têm influenciado o comportamento das mulheres, rompendo com o binário heteronormativo que distingue o masculino do feminino:

Hoje você pode ver que as dançarinas de funk penduram cordões que são as coisas mais linda, coisas que os homens usavam e hoje não tem muito essa diferença, mas a minha visão continua a mesma – as joias para homens são mais pesadas quadradas e grossas. Para mulher já é mais fininha, mais delicada – mas para os jovens não, se é grosso ou fino, não tem problema mais (LUA).

⁶ Estilo musical de origem americana que mistura soul, jazz e rhythm and blues, criando uma forma de música rítmica e dançante, mas que no Brasil é mais conhecido como o *funk* carioca, sendo um dos maiores fenômenos de massa do Brasil (Essinger, 2005).

Pode-se ver que na fala de Lua ela busca quebrar o padrão heteronormativo das diferenciações de joias para homens e mulheres. Para ela, o *funk* e as dançarinas são uma forma de romper com esses binários. Ela acredita que a nova geração, a juventude, já está crescendo desconstruindo os binários. O argumento do *funk* como proposta para romper os binários também é sustentado por Henry que vai além da heteronormatividade, indo de encontro com o tópico anterior que fala sobre poder:

Hoje tem muita coisa moderna no mercado. Hoje em dia já deixou de ter aquela coisa tão padrozinada: homem só usa pulseira grossa e mulher mais delicada. Eu acho que isso hoje não tem mais isso. Até mesmo por conta desses *funks*, dessa ostentação toda, você vê mulher com cordãozão grosso, um pingente maior, que vem mais abaixo do busto, pra poder aparecer mais (HENRY, grifo nosso).

A mídia é um forte discurso pelo qual a heteronormatividade circula. A música, as peças publicitárias, a moda e outros meios ditam, através dos discursos, conceitos e normas que vão dando base para a construção do gênero dos sujeitos. Como visto, uma campanha pode tornar um acessório – relógios – com características que antes eram mais masculinas em um acessório neutro, onde a namorada pode usar o relógio do namorado ou parecido. Também se destacou o *funk*, que utiliza das peças mais robustas para ostentação que, antes eram somente para o gênero forte “masculino”, agora também utilizado pelo gênero fraco “feminino” como um objeto para desconstruir a norma vigente e também dar poder – o que já foi discutido em outro tópico – ao gênero feminino. Essas campanhas, ao transformarem os discursos do que é masculino e feminino, de romper os binários, descontrolam e constroem novos os gêneros.

Sabe-se que a heteronormatividade regulamenta o meio social, inclusive as joias, que é através do corpo que se dá vida ao gênero, que é socialmente construído (BUTLER, 2001). Se tratando da formação ou afirmação do gênero, as joias podem ser vistas como:

[...] um complemento. Embora a gente vê que tem pessoas que querem parecer menos o possível, de repente uma pessoa do gênero masculino, mas que quer optar por um gênero feminino, ela quer

aparecer menos. Então ela usa uma peça mais delicada para passar despercebido, então ela prefere algo mais discreto para chamar menos atenção para situação. Ela pode se esconder atrás das joias (HENRY).

A fala de Henry entra em concordância com o argumento de Bauman (2001) e Hall (2006) de uma sociedade “líquida” e “fragmentada”, onde as identidades podem ser construídas através de objetos e reconstruídas ao se trocar esses objetos. As pessoas tendem a fazer uso de diversos objetos, no caso dessa dissertação, das joias, para expressarem sua identidade: “[...] ela (os sujeitos) pode se **esconder** atrás das joias” (HENRY, grifo nosso). [...] minhas joias tendem a **expressar** meu gênero (DUDA, grifo nosso), embora já dito antes, não são expressões de forma voluntária, mas os gêneros são formações sociais de acordo com o meio que o sujeito vive (BUTLER, 2001) que podem ser feitos e desfeitos a todo momento.

Se é uma coisa muito, no sentido de marcar demais, aquilo acaba sobressaindo, por ser muito marcante, então aquilo pode influenciar sim. Mas quando é uma coisa mais discreta, normal, dentro do limite, não influencia (FILÓ).

[...] uma peça mais grosseira remota um gênero diferente do que você é. Igual o homem, se ele coloca uma coisa muito delicada, está associado ao estilo de vida (IAN).

Estando o uso de joias ligado ao fazer e desfazer gênero, este tópico apresentou o gênero como um constructo social, onde é possível fazer e desfazê-lo, tendo como algumas influenciadoras a indústria, com suas ações de marketing e campanhas publicitárias e a música, com destaque nesta dissertação, para o *funk* Carioca, que vem influenciando a sociedade através das suas dançarinas que fazem uso de joias que antes eram masculinas. Mas para dar vida ao gênero, o sujeito necessita performar. O próximo tópico apresentará a performance e a performatividade dos sujeitos entrevistados através do uso de joias, apresentando ao leitor como o uso e o modelo de joia é uma performance e performatividade.

5.3. Performance e Performatividade através das joias

Para Hall (2014) o sujeito é de forma inevitavelmente performativo. A performatividade, sendo regras ditadas pela heterossexualidade, cria binários e padrões, através de ações consistentes que garantem a identidade do sujeito. Vale ressaltar novamente que para Butler (2001) o indivíduo não representa seu gênero de forma voluntária, trazendo à tona aquilo que ele gostaria como escolha de identidade, mas a performatividade é oriunda das normas que vem antes do agente, sendo a construção do gênero uma imposição: “Quando era criança, ganhava brinco de ouro. [...] minha mãe sempre arrumou a gente [...] por que era feminino” (EVA). Eva cresceu sendo normatizada pelo o que a mãe achava que a representaria como feminino, adornando as filhas com brinquinhos e pulseirinhas que ela acreditava que era feminino e deixaria suas filhas mais femininas.

As joias também se encaixam dentro de um padrão preestabelecido que torna o modelo da joia para cada binário, sendo as joias masculinas “[...] mais pesadas, quadradas e grossas [...] (LUA). “[...] o cordão do homem é mais grosso, maior, grandão. [...] a pulseira é mais grossa [...] (GIL). “A joia masculina é mais pesada [...]” (DUDA). “[...] A (joia) masculina é mais grosseira” (IAN) e as joias femininas são “mais fininhas, mais delicadas” (LUA). “[...] cordão mais fino” (GIL). “[...] uma peça mais delicadinha [...]” (DUDA). São diferentes normas que moldam o sujeito e até mesmo as características dos objetos, classificando-os dentro do binário masculino e feminino da heteronormatividade.

Mas a performatividade em si não é um ato isolado. Butler (1985) diz que é um conjunto de ações repetidas – performance – que dão vida ao gênero. O modo e o modelo – visto no parágrafo anterior – como se usa as joias está ligado a performatividade e performance. O uso de um brinco, tido como algo feminino pode não expressar, de forma isolada o gênero feminino: “Tem coisas que são bem características que você não vê uma pessoa com certa orientação sexual usando, por exemplo, brinco. Tem homens que não tem essa influência, mas usam brincos” (EVA). A performance no uso das joias é perceptível na visão

dos sujeitos entrevistados, pois ao serem questionados os motivos do uso de joias e se ela influencia no gênero e o que buscam ao utilizar joias, obtivemos as seguintes respostas:

A feminilidade. Gosto por isso. [...] a joia é um complemento, algo a mais para expressar minha feminilidade. A joia tem que ser feminina, mais delicada. Ela me ajuda a externar minha feminilidade, ser mulher. [...] a joia em si não influencia, mas a pessoa usa para marcar (EVA).

Para Eva, embora a joia não expresse totalmente seu lado feminino, ela acredita que através do uso de joias ela consiga reforçar seu gênero, sua feminilidade. Ainda na fala de Eva, vimos que a joia em si também não influencia, mas serve para marcar. A joia por si só, como uma performance, não é capaz de dar vida ao gênero, mas em conjunto com outras performances, tem-se a concretização da performatividade feminina, o que também vimos com Duda. Ao trocar o modelo da joia, ela poderá expressar um outro gênero, ou talvez gerar uma certa confusão nas pessoas, pois, sendo ela (DUDA) “abrutalhada”, acredita-se que usando joias mais pesadas irá performar outro gênero. Por isso Duda prefere joias mais delicadas – performance – que em conjunto com outras performances irá performatizar o gênero feminino “delicado”:

Eu sou mais assim, adepta a peças mais delicadas, finas. As joias tendem a expressar o meu gênero. Então, eu uso joias mais delicadas para mostrar minha delicadeza. Quando uso prata, eu vejo que as pessoas notam e interferem com meu gênero. [...] a joia reforça o gênero (DUDA).

Para Ian, o estilo de vida da pessoa – o meio social – também irá interferir no modelo e no modo de usar joias. O sujeito entrevistado também não vê a joia como um fim único na construção da identidade de gênero, mas vê sim a joia como um complemento, uma das performances necessária para se reforçar o gênero que a pessoa deseja expressar.

Uma peça mais grosseira remota um gênero diferente do que você é. Igual o homem, se ele coloca uma coisa muito delicada, está associado ao estilo de vida. [...] a joia é um acessório para expressar, mas ela não é tudo. Eu posso não estar com joias, mas posso passar

meu gênero, embora, a joia possa reforçar sim meu gênero. A joia em si não é um fator e si, é um complemento [...] (IAN).

Ainda dentro da questão de performance e performatividade, observou-se que há várias características nas joias que a remetem ao gênero feminino ou ao gênero masculino. Essas características são construídas ao longo do tempo dentro da esfera social, como já foi visto antes e que aqui parece perdurar no contexto de vida dos entrevistados.

Acontece quando tem muita pedraria. Quando são umas joias mais retas ou fosca, então não tem tanta coisa assim não, mas em questão de pedras, ela fica mais feminina. Se é uma coisa muito, no sentido de marcar demais, aquilo acaba sobressaindo, por ser muito marcante, então aquilo pode influenciar sim. Mas quando é uma coisa mais discreta, normal, dentro do limite, não influencia (FILÓ).

Mais uma vez o modo de utilização e o modelo das joias são performances essenciais para a construção dos gêneros, que dentro de um contexto e com outras performances, são capazes de construir o gênero. Sendo assim, a joia de forma isolada, não é capaz de expressar o gênero do sujeito, mas é uma peça de fundamental importância, que vem sendo moldada e construída de diversas formas ao longo do tempo para ajudar os sujeitos a performar o gênero no qual é regido.

Eu acredito que ajuda sim, porque, é visível você olhar para uma pessoa, tipo eu assim, estou toda vestido de menino (figura 7), se eu colocasse uma bermudinha de mulher e um cordãozinho feminino, não ia ficar legal, ia ficar meio estranho, a pessoa ia ficar sem saber o que ela está vendo, se é ou se não é, então eu acredito que tanto a joia quanto a roupa ajudam. Então, quando uso as minhas joias as pessoas percebem o gênero que quero passar (GIL).



Figure 7. Perfil de Gil

A performatividade são as regras discursivas que regulam o gênero e se repetem a todo momento e sendo o conjunto de elementos - joias, roupas e etc. – apresentado por Gil as performances. Se algo está fora dos padrões dentro da heteronormatividade, pode-se usar a própria fala de Gil, “[...] não ia ficar legal, ia ficar meio estranho, a pessoa ia ficar sem saber o que ela está vendo, se é ou se não é [...]”. Os sujeitos, portanto, tendem a performar dentro daquele binário em que se encaixam, fazendo uso dos objetos – joias – da forma como a norma daquele binário exige, buscando no final de tudo a identificação e o reconhecimento do seu gênero. É o que veremos no próximo tópico, tendo a identificação como objetivo central dentro do consumo de qualquer objeto. Se as normas discursivas levam o sujeito a performar e construir seu gênero, o sujeito busca, por fim, ser identificado como gênero masculino ou feminino, muito embora, essa identificação seja repleta de normas e regras e não acontece de forma voluntária.

5.2. A identificação do sujeito através das joias

A identificação é o marco final de qualquer indivíduo que quer se tornar um sujeito de um determinado gênero, onde “a identidade não é uma categoria empírica demonstrável, mas sim o produto de identificação” (ALMEIDA, 2004, p. 2). O uso e consumo de qualquer objeto tem esse mesmo propósito: identificar o sujeito como tal. Este tópico visa apresentar como os sujeitos identificam e são identificados através das joias tendo com lente a teoria *queer*, que nos permite pensar de forma ambígua, múltipla e fluída em relação às identidades, sugerindo uma nova forma de pensar a cultura, o conhecimento, o poder e a educação (LOURO, 2017). Com a teoria *queer* não se busca apenas desconstruir ou fazer uma ruptura nas normas impostas pela heteronormatividade, mas como argumenta Silva (2000, p. 107)

O *queer* se torna, assim, uma atitude epistemológica que não se restringe à identidade e a conhecimento sexual, mas que se estende para o conhecimento e a identidade de modo geral. Pensar *queer* significa questionar, problematizar, contestar todas as formas bem-comportadas de conhecimento e de identidade.

Para Butler (1993), a ideia com a teoria *queer* é que haja uma intimação da performatividade, de tal forma que os discursos atuais, originados ao longo da história, venham ser desconstruídos, mostrando que o sexo e o gênero são construídos e não naturais como se pensam. Desta forma se dará voz aos resistentes dentro do binário. Se o sujeito não é um ser preexistente, mas sim construído, isso significa que as identidades também podem ser reconstruídas: essa é a centralidade de teoria *queer* (SALIH, 2016). A identificação é, portanto, como o sujeito se vê e é visto pelo meio social que ele está inserido.

Quando eu coloco minhas joias são os momentos mais felizes, então eu gostaria que as pessoas olhassem e chamassem a atenção dela e dissessem: nossa, que bacana, você está tão bonita [...] (Lua).

Eva busca com o uso das joias ser identificada como feminina e delicada. Através das joias ela acredita que possa trazer à tona o gênero que ela faz e assim, ser identificada como tal. Ao utilizar joia ela acredita que “ela me ajudar

a externar”, onde o objetivo de Eva é expressar “minha feminilidade, ser mulher”.

O utilizar joia está ligado à questão de como a pessoa será reconhecida em termos de gênero. A todo o momento as pessoas observam e são observadas. Embora de modo muito sutil, a heteronormatividade interfere nos padrões de identificação e há um certo bloqueio à ruptura dessas normas: “[...] cada um usa aquilo que se sente bem, mas eu não usaria” (DUDA). Apesar de haver um certo respeito entre as pessoas, fica claro que quando algum sujeito sai das normas ele é visto como anormal, abjeto.

Mas há sujeitos que dizem não se importar com essa identificação, principalmente em relação ao gênero: “eu não me preocupo com isso” (CAROL). Carol se identifica como gênero masculino, mas pode-se notar em alguma de suas falas uma postura, um tanto feminina em relação ao uso de joias, embora ela reforce: “acho que nunca usei uma joia para mostrar que sou mais mulher”. Ela faz o uso de suas joias não visando o outro, mas acredita que para a mulher, diferente do homem, a joia seja uma necessidade: “[...] acho que o homem não tem essa ligação. A mulher já tem essa necessidade”. O que se percebe é que, mesmo acreditando que não faça uso de joias para ser identificada por outros sujeitos, ela, que se identificar como homem, preferir manter sua identificação como feminina, moldando-se ao padrão que lhe é mais cômodos e que irá trazer maior conforto do que os padrões ditos anormais.

Há também que busca uma identificação “anormal”, fora dos padrões binários reforçados pela heteronormatividade. É o caso de Gil, que se identifica com o gênero masculino, indo em desencontro com o padrão que ela deveria seguir. Mesmo de uma forma ainda tímida, Gil busca expressar aquilo que ela é: “Eu prefiro comprar coisa mais masculinas [...]”, mas a opressão que as normas dos binários causam nela é perceptível ao continuar a frase: “[...] mas não tão ‘pá’, aqueles cordões muito grossos, daí eu já acho feio, já não gosto. Prefiro mais discreto” (GIL). Gil vê um preconceito muito grande por parte da sociedade heteronormatizada em relação a como ela gostaria de ser

reconhecida. Ela, mesmo se identificando com o gênero masculino, busca ainda não extrapolar para manter uma certa delicadeza, foi o que ela respondeu a ser questionada se “mesmo tendo como gênero o masculino, você usa suas mais joias masculinas, mas prefere manter uma certa delicadeza?”. A resposta de Gil foi:

É isso. Não é porque eu sou masculina que eu preciso exagerar. Tem pessoas que não pensam como eu e infelizmente tem pessoas que estragam a raça. Não é porque eu me identifico como homem que eu tenho que me esbanjar como homem. O preconceito é muito grande. Quanto mais você demonstrar, mais será afetada. Então eu gosto de uma coisa mais *ligh*t, porque ninguém tem nada a ver com minha vida. Então, não quero mostrar nada para ninguém, só ser eu mesma.

O preconceito ainda é eminente na identificação das pessoas em relação a outros sujeitos, o que inibe e reforça os binários, como já fora discutido. Mas a identificação do sujeito, ao utilizar joias, nem sempre está ligado somente as questões de gênero. Muitas outras identificações podem ser externalizadas e identificadas ao se fazer o uso de joias. Para Henry, o utilizar joia fala muito sobre a personalidade da pessoa, apresentando pontos claros de identificação como religião e gênero.

[...] mas busco passar uma imagem de mais delicada, de religiosa. Uso meu crucifixo, minha nossa senhora. Sem querer, passa para as pessoas e aquilo já tem uma identificação. Então quando você coloca determinada joia, você mostra sua personalidade, quem você é (HENRY).

A joia é, portanto, uma peça fundamental para identificar ou ser reconhecido dentro de um contexto social e as pessoas estão presas, de certa forma, às normas produzidas pela heteronormatividade. Muito embora, haja aqueles que buscam enfrentar a sociedade, buscando uma identificação fora dos padrões, embasados pela teoria *queer*, mas em sua maior parte, as pessoas estão presas dentro dos binários regidos pelos conceitos heteronormativos.

6. CONCLUSÃO

O objetivo geral da pesquisa desta dissertação teve como norte analisar através dos discursos obtidos em entrevistas individuais, com sujeitos tanto do gênero masculino quanto do gênero feminino, o consumo e uso das joias e sua relação com a construção das identidades de gênero, visto que, os objetos são dotados de significados que vão além de os representarem como simples utilitários e portadores de valor comercial: eles carregam significados culturais, que se modificam de forma constante de acordo com o meio social e outros influenciadores (MCCRACKEN, 2003). Sendo as identidades culturalmente construídas (LOURO, 2001), produções ligadas a poder (FOUCAULT, 1987) e performativas e fantasiosas (BUTLER, 1993; 2006), o fazer uso de joias para construção da identidade se mostrou relevante, mas não necessário. As falas de alguns sujeitos apresentaram a joia como um ótimo objeto para dar vida a identidade de gênero através da performatividade.

Além disso, sendo a identidade na pós-modernidade “líquida” devido a possibilidade de se ir no “supermercado da identidade” e escolher aquela que mais lhe agrada (BAUMAN, 2001), é possível, através das joias desfazer e fazer suas identidades. Sendo a identidade um constructo do meio social, compreendeu-se através da pesquisa desenvolvida que a utilização da joia serve para fazer e desfazer o gênero na medida em que os sujeitos vão utilizando e da forma como vão utilizando suas joias, pois diferentes tipos de joias podem ajudar a construir os diferentes tipos de gênero. Mas observou-se que ainda há um bloqueio enorme em se desfazer e se fazer em outro gênero. Embora alguns sujeitos não se apresentarem diretamente adversos a um gênero que não se encaixasse dentro do binário, foi possível ler nas entrelinhas que há sim um certo preconceito por parte dos sujeitos entrevistados, inclusive de um sujeito que faz e desfaz seu gênero com maior frequência: “Não é porque eu sou masculina que eu preciso exagerar. [...] o preconceito é muito grande” (GIL).

Se a identidade de gênero é socialmente construída, há umas normas por trás dessa construção que aliena os indivíduos a serem determinados sujeitos.

Essas normas são regidas pela heteronormatividade. O que se pôde constatar é que a heteronormatividade criou padrões, inclusive, para as joias. É nítido na fala dos sujeitos padrões que delimitam as joias entre os gêneros masculinos e femininos. Tamanhos, pesos, cores, pedras e etc. foram atrelados na hora de diferenciar os gêneros das joias. Mas há, contudo, um grande avanço observado por parte dos sujeitos entrevistados em relação à ruptura entre os binários. Se na cultura do consumo a indústria, publicitários e outros regiam os significados dos bens, parece que na pós-modernidade eles continuam a influenciar, pois viu-se que a indústria tem interferido na forma como utilizar as joias. Não só a indústria, mas a cultura também, como foi destacado o *funk*.

Como dito no parágrafo acima, que a heteronormatividade criou padrões que delimitam as joias, a construção dos gêneros também é ordenada. A heteronormatividade criou diretrizes para a performatividade que foram sendo delimitadas ao longo do tempo. A família é o principal dispositivo onde se faz valer as regras da performatividade. Através dos padrões impostos nas joias, os indivíduos baseiam suas performances de utilização das joias para, num conjunto de performance, terem a performatividade necessária para se tornarem-se sujeitos de determinado gênero. Outro dispositivo importante apresentado foi o meio social em que o sujeito está inserido, inclusive, sua profissão.

Mas se há uma construção da identidade, regida pelas regras da heteronormatividade, onde os sujeitos, mesmo não sendo voluntário (BUTLER, 2001), se encaixam em algum binário, eles buscam ser identificados daquele modo. Pôde-se verificar que, através do uso de joias, os sujeitos buscaram se encaixar dentro dos binários para apresentar seu gênero. O tipo de joia que os sujeitos utilizam são para externalizar adjetivos que eles gostariam que outros sujeitos os identificassem como tal. O que reforça o argumento anterior, que é através da performatividade e da performance que os sujeitos buscam criar suas identidades e serem identificados nelas.

Outras conclusões também foram possíveis de se observarem que não há ligação com a construção da identidade do sujeito. Uma delas foi a

representatividade da joia para os sujeitos. Embora ela possa sim contribuir para a construção da identidade do sujeito, ela não é tida como priori para isso, mas os dados apresentaram que ela pode representar muitos outros significados como poder e autoridade, já que alguns sujeitos fazem uso da joia como forma de ostentar e mostrar autoridade. Além do poder e da autoridade, as joias apresentaram um grande atributo ligados a elas e a questão das heranças, que fazem com que valores e histórias sejam replicados por gerações e também como investimento, já que o ouro é um ativo financeiro universal em constante valorização.

Outro ponto interessante que foi extraído dos dados dos sujeitos entrevistados foi a questão da segurança e da liberdade. Observou-se que os sujeitos estão presos. Apesar de estarem livres, suas liberdades são tomadas no momento em que eles precisam ter diferentes tipos de joias para diferentes ocasiões. Os sujeitos estão tomados pelo medo de se exporem e serem subtraídos, por isso, preferem perder a liberdade de usar algumas joias em determinados locais para que a sensação de segurança possa aumentar.

Portanto, à luz do referencial teórico apresentado e dos dados coletados e analisados, conclui-se que os sujeitos são norteados o tempo todo pela heteronormatividade que dita regras de comportamento, uso e consumo e dão características binárias tanto aos sujeitos tanto aos objetos e que, de forma inconsciente, consome-se aquilo que é imposto pelos meios sociais que se vive para se ter uma performatividade ideal através das diversas performances para construção da identidade de gênero.

Como essa dissertação teve seu objetivo centrado na construção da identidade de gênero, a sugestão para futuras pesquisas é analisar o uso de joias com a construção de outras identidades, como classe social e religião. Além disso, como se consome vários bens ao longo da vida, sendo a joia uma pequena fração desse consumo e não muito consumido por todos os sujeitos, uma segunda sugestão para futuras pesquisas é a observação e análise do consumo dos sujeitos em relação a outros bens e a construção da identidade de gênero deles.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADELMAN, Miriam. Mulheres atletas: re-significações da corporalidade feminina. **Revista Estudos Feministas**, v. 11, n. 2, 2003.

ALMDEIRA, M. V. de. TEORIA QUEER E A CONTESTAÇÃO DA CATEGORIA "GÊNERO" in Cascais, António Fernando (org.). **Indisciplinar a Teoria**. Estudos Gays, Lésbicos e Queer. S.l.: Fenda, pp 91-98. 2004

ARÁN, M. A transexualidade e a gramática normativa do sistema sexo-gênero. **Agora**, v. IX, p. 49–63, 2006.

BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. França: Edições 70, 1977.

BARTKY, Sandra. "Foucault, Femininity and the Modernization of Patriarchal Power." In: CONBOY, Katy; MEDINA, Nadia; STANBURY, Sarah (eds.). **Writing on the Body: Female Embodiment and Feminist Theory**. New York: Columbia University Press, 1997. p. 129-154.

BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

BAUMAN, Z. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

BAUMAN, Z. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008a.

BAUMAN, Z. **Medo líquido**. Zahar, 2008b.

BERNARD, H. R. **Research methods in anthropology: qualitative and quantitative approach**. 4. ed. Lanham: Alta Mira Press, 2005.

BERLANT, L.; WARNER, M. **Sex in public**. *Critical inquiry*, v. 24, n. 2, p. 547-566, 1998.

BORBA, R. A linguagem importa? Sobre performance, performatividade e peregrinações conceituais. **cadernos pagu**, v. 43, p. 441–474, 2014.

BORDO, Susan. “**O corpo e a reprodução da feminidade**: uma reapropriação feminista de Foucault” In: JAGGAR, Alison; BORDO, Susan. (Orgs.). *Gênero, corpo, conhecimento*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1997a. p. 19-41.

BOURDIEU, P. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

BRANDEN, N.; GOUVEIA, R. **Auto-estima**: como aprender a gostar de si mesmo. Saraiva, 1995.

BURKE, P. Cultura e estilos de vida. In: BUENO, M. L.; CAMARGO, L. O. DE L. (Eds.). **Cultura e Consumo: estilos de vida na contemporaneidade**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

BUTLER, J. Variations on sex and gender: behaviour Wittig, and Foucault. **Praxis International**, v. 4, p. 505–516, 1985.

BUTLER, J. Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory. **Theatre Journal**, v. 40, p. 519–531, 1988.

BUTLER, J. Critically queer. **GLQ**, v. 1, 1993.

BUTLER, J. Corpos que pensam: sobre os limites discursivos do “sexo”. In: LOURO, G. L. (Ed.). . **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2001. p. 151–172.

BUTLER, J. **Deshacer el genero**. Barcelona: Paidós, 2006

BUTLER, J. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016.

CIAMPA, A. C. Identidade. In LANE, S. T.; CODO, W., (org.) **Psicologia social: o homem em movimento**, v. 13, p. 58-75, 1984.

CONSELHO NACIONAL DA SAÚDE (Brasil). **Resolução nº 466**, de 12 de Dezembro de 2012. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, 13. Jun. 2013. Seção 1, p.59-62.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. Introduction: entering the field of qualitative research. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S.; YVONNA, S. (Eds.). . **The landscape of qualitative research: Theories and issues**. New York: SAGE Publications, 1998.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

Essinger S. **Batidão**: uma história do funk. Rio de Janeiro: Editora Record, 2005.

FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FILHO, C. DE B.; LOPES, F.; CARRASCOZA, J. Identidade e consumo na pós-modernidade: crise e revolução no marketing. **FAMECOS**, 2006.

FLICK, U. Posturas teóricas. In: **Uma introdução a pesquisa qualitativa**.

Porto Alegre: Bookman, 2004. p. 33–42.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade III: o cuidado de si**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir: o nascimento da prisão**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1987.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. 11. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1993.

FOUCAULT, M. **Em defesa da sociedade**: curso no Collège de France (1975-1976). Trad. por Maria Ermantina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 1999. Tradução de: Il faut défendre la société.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

GIBBS, G. Análise de dados qualitativos. In: FLICK, U. (Ed.). . **Coleção pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

GOLA, E. **A jóia: história e design**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

HALL, S. **A identidade cultural na pos modernidade**. Rio de Janeiro: DE&A, 2006.

HALL, S. Quem precisa de identidade? In: SILVA, T. T. DA; HALL, S.; WOODWARD, K. (Eds.). . **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 15. ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2014. p. 103–133.

KENNY, K. Someone big and important: identification and affect in an international development. **Sage Publications, Inc.**2, v. 33, p. 1175–1193, 2012.

LAURETIS, T. DE. A tecnologia do gênero. In: HOLLANDA, H. B. DE (Ed.). . **Tendências e Impasses: o feminismo como crítica da cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

LOURO, G. L. **Corpo, escola e identidade**. Educação & Realidade, v. 25, n. 2, 2000a.

LOURO, G. L. Pedagogias da sexualidade. In: LOURO, G. L. (Ed.). . **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001a. p. 7–34.

LOURO, G. L. A emergência do “gênero”. In: LOURO, G. L. (Ed.). . **Gênero, sexualidade e educação**. 4. ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2001b. p. 14–36.

LOURO, G. L. **Um corpo estranho: ensaios sobre sexualidade e teoria *queer***. Autêntica, 2017.

LYOTARD, J. F. **A condição pós moderna**. São Paulo: José Olímpio, 2010.

MACK, J. **Ethnic jewelry**. Londres: British Museum Press, 1995.

MATTOS, P. L. C. L. A entrevista não estruturada como forma de conversação: razões de sugestões para sua análise. **RAP**, v. 39, p. 823–847, 2005.

MCCRACKEN, G. **Cultura e Consumo: novas abordagens ao caráter**

simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

MELGAÇO, L. de M. **Securização Urbana:** da psicoesfera do medo à tecnoesfera da segurança. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, 2010

MENDES, M. V. DOS S. **A construção das imagens que nos constroem:** marcas de gênero no corpo feminino representado em desenhos animados. 2016.

MISKOLCI, R. **A Teoria Queer e a Sociologia:** o desafio de uma analítica da normalização. *Sociologias*, v. 11, n. 21, p. 150-182, 2009.

MOORE, H. L. Fantasias de poder e fantasias de identidade: gênero, raça e violência. **cadernos pagu**, v. 14, p. 13–44, 2015.

MUHR, S. L.; SULLIVAN, K. R. “None so queer as folk”: Gendered expectations and transgressive bodies in leadership. *Leadership*, v. 9, n. 3, p. 416-435, 2013.

PEDRO, J. M. Traduzindo o debate: o uso da categoria gênero na pesquisa histórica. **História**, v. 24, p. 77–98, 2005.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas.** São Paulo: Atlas, 1999.

ROCHA-COUTINHO, M. L. A narrativa oral, a análise de discurso e os estudos de gênero. **Estudos de Psicologia**, v. 11, p. 65–69, 2006.

RUSSELL, R. R. **Gender and jewelry: a feminist analysis.** [s.l.] Createspace Pub, 2010.

SALIH, S. **Judith Butler e a teoria queer.** Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

SAWAIA, B. B. Identidade: uma ideologia separatista? In: B. B. SAWAIA. **As artimanhas da exclusão: análise psicossocial e ética da desigualdade social**. Petrópolis: Vozes, p. 119-127, 2001.

SILVA, T. T.. “Nós, ciborgues: o corpo elétrico e a dissolução do humano”. In _____. (org.) **Antropologia do Ciborgue**. As vertigens do pós-humano. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

SLATER, D. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SOUZA, E. M. DE. Pós-modernidade nos Estudos Organizacionais: Equívocos, Antagonismos e Dilemas. **CADERNOS EBAPE.BR**, p. 1–17, 2007.

SOUZA, E. M. DE. Poder, diferença e subjetividade: a problematização do normal. **FAROL**, v. 1, p. 103–143, 2014.

SOUZA, E. M.; PEREIRA, S. J. N. **(Re)Produção do Heterossexismo e Heteronormatividade nas Relações De Trabalho**: a Discriminação de Homossexuais por Homossexuais. *Revista de Administração Mackenzie*, v. 14, n. 4, 2013.

THANEM, T.; WALLENBERG, L. Just doing gender? transvestism and the power of undergoing gender in everyday. **Sage Publications, Inc.**, p. 1–22, 2014.

TRIVINÕS, A. N. S. Pesquisa qualitativa. In: **A pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987. p. 158–175.

WEST, C.; ZIMMERMAN, D. H. Doing Gender. **Sage Publications, Inc.**, v. 1, n. 2, p. 125–151, 2014.

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Olá, _____ o sr(a) está sendo convidado(a) como voluntário(a) a participar do estudo “Consumo, Joias e Gênero: muito além do ter” que tem como objetivo entender o consumo de joias e sua relação com a construção do gênero do sujeito. Acredito que esta pesquisa seja importante porque poderá esclarecer a possível importância do uso de joias para dar voz ao gênero que o sujeito deseja ao utiliza-las, pois se sabe que os objetos que são utilizados pelos sujeitos têm como objetivo expressar, dar voz aquilo que ele deseja dizer, externalizar, sem necessariamente fazer por palavras.

PARTICIPAÇÃO NO ESTUDO

A sua participação no referido estudo será através de uma entrevista presencial dirigida através de perguntas que serão respondidas e gravadas para posterior análise.

BENEFÍCIOS

Ao participar desta pesquisa, o sr(a) pode esperar alguns benefícios, tais como: entender o uso das joias, devido ao fato de que nos comunicamos também através dos objetos, por isso, faz-se necessário entender qual é a mensagem que as joias passam e como elas são vistas pelos consumidores, sendo assim, ter-se-á o benefício da tradução da mensagem emanada através do uso de joias. Também se busca a importância da mesma para dar voz aos gêneros, pois acredita-se que as joias fazem parte dos objetos que conseguem expressar os desejos e vontades do sujeito como sujeito de gênero e entender como as joias podem auxiliar na produção de gênero, por consequência, o benefício esperado é de poder ajudar aos sujeitos a construir seu gênero de forma que melhor lhe agrade fazendo uso de joias.



RISCOS E DESCONFORTO

É possível que aconteçam os seguintes riscos ou desconfortos em sua participação, tais como: se remeter a lembranças ruins do passado, questionamentos sobre o seu gênero e a possível influência negativa do uso de joias, que podem causar mal estar. Para minimizar tais riscos, eu pesquisador, tomarei as seguintes medidas: poderei excluir qualquer pergunta que venha constranger o pesquisado; suspenderei e remarcarei a pesquisa em qualquer interrupção do pesquisado; e se ele assim desejar poderá ser cancelado a participação do pesquisado a qualquer momento em que for solicitado.

SIGILO E PRIVACIDADE

Eu pesquisador, garanto a você que sua privacidade será respeitada, ou seja, seu nome ou qualquer outro dado ou elemento que possa, de qualquer forma, lhe identificar, será mantido em sigilo. Responsabilizo-me pela guarda e confidencialidade dos dados, bem como a não exposição dos dados de pesquisa.

GARANTIAS E AUTONOMIA

Asseguro a assistência durante toda pesquisa, bem como garanto seu livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre o estudo e suas consequências, enfim, tudo o que você queira saber antes, durante e depois de sua participação. Também informo que você pode se recusar a participar do estudo, ou retirar seu consentimento a qualquer momento, sem precisar justificar, e de, por desejar sair da pesquisa, não sofrerá qualquer prejuízo. Também será garantido o reembolso de quaisquer despesas gastas por parte do pesquisado em prol da pesquisa e garantia de indenização diante de eventuais danos decorrentes da pesquisa, de acordo com a Resolução CNS 466/12.

CONTATO

Em caso de dúvidas ou esclarecimentos sobre a pesquisa, você poderá entrar em contato com o pesquisador do projeto, Victor Corrêa Garcia, vinculado à UFES, no Programa de Pós Graduação em Administração, pelo telefone 27 99973-8031 ou via e-mail victorgarciamkt@gmail.com.



Caso queira relatar alguma denúncia ou intercorrência na pesquisa, o(a) Sr.(a) poderá contatar o Comitê de Ética em Pesquisa da UFES (CEP/Goiabeiras) através do telefone: (27) 3145-9820, pelo e-mail: cep.goiabeiras@gmail.com, pessoalmente ou correios: av. Fernando Ferrari, 514, campus universitário, sala 07 do prédio administrativo do CCHN, Goiabeiras, Vitória - ES, CEP 29.075- 910, Vitória - ES, Brasil.

DECLARAÇÃO DO PESQUISADO

Declaro que fui verbalmente informado e esclarecido sobre o presente documento, entendendo todos os termos acima expostos, e que voluntariamente aceito participar deste estudo. Declaro também estar ciente de que este Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) será feito em 02 (duas) vias, onde uma via ficará aos cuidados do pesquisador e outra do pesquisado. Portanto, também declaro ter recebido uma via deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, de igual teor, assinada pelo(a) pesquisador(a) principal ou seu representante, rubricada em todas as páginas

USO DE IMAGEM E/OU ÁUDIO

Autorizo o uso dos áudios gravados durante a entrevista para fins da pesquisa, sendo seu uso restrito para transcrever a entrevista e analisar os dados produzidos. Os áudios serão gravados através de aparelhos eletrônicos de gravação (gravadores). Autorizo a utilização das fotos que serão tiradas durante a entrevista, sendo essas realizadas através de aparelhos eletrônicos (câmera digital). As fotos serão utilizadas para demonstrar aos leitores do projeto o que possivelmente foi dito pelo entrevistado, quando se tratar da joia. As fotos serão focadas nos objetos e será excluído qualquer parte do corpo que possa comprometer o sigilo do entrevistado. Tanto os áudios como fotos estão armazenados num prazo mínimo de 05 (cinco) anos de forma segura, mantendo o devido sigilo dos entrevistados.



DECLARAÇÃO DO PESQUISADOR

Na qualidade de pesquisador responsável pela pesquisa "Consumo, Joias e Gênero: muito além do ter", eu, Victor Corrêa Garcia, declaro ter cumprido as exigências do(s) item(s) IV.3 e IV.4 (se pertinente), da Resolução CNS 466/12, a qual estabelece diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos.

_____, ____ de _____ de _____.

Assinatura do participante da pesquisa

Assinatura do Pesquisador

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA

Qual sua idade?

Grau de escolaridade?

Qual sua renda mensal?

CONSUMO DE JOIAS

- O que é a joia? O que representa para você?
- Qual a importância da joia na sua vida?
- Qual foi seu primeiro contato com as joias? Quem te influenciou?
- O que te leva a usar joias? Qual seu principal objetivo ao fazer uso de joias?
- Como você utiliza suas joias? Em quais momentos, ocasiões
- Você tem diferentes joias para cada tipo de ocasião?
- Como adquiriu suas joias?
- Com que frequência você compra joia?
- Qual a influência da moda no seu consumo de joias?
- Você segue algum canal de moda?
- Você enxerga algum padrão no uso de joias que diferencia os gêneros? Caso afirmativo quais seriam esses padrões?
- Quem dita essas regras? Você as segue?

IDENTIDADE DE GÊNERO

Como você se identifica em termos de gênero?

- Quando vc compra alguma jóia vc se preocupa com questões de gênero relacionada a jóia que vc está comprando? Caso afirmativo que questões de gênero seriam estas? Caso negativo porque vc não se importa com questões de gênero relacionadas as jóias?

- A joia tem influência no seu gênero? Ela te ajuda a expressar/reforçar esse gênero?
- O que exatamente você busca expressar para os outros quando utiliza suas joias?
- Sem a joia você acha que não conseguiria passar essa imagem?
- Como você acredita que as pessoas te enxergam quando faz uso de joias? E em relação ao seu gênero?
- E como você enxerga outras pessoas usando jóias?
- Quais as possíveis diferenças entre um homem usar jóias e uma mulher
- Homens podem usar jóias de mulheres e vice-versa? Porque?
- Você consome jóias tanto masculinas quanto femininas? Ou procura utilizar somente jóias consideradas alinhadas com o seu gênero? Porque?
- O que você realmente gostaria que as pessoas reconhecessem e enxergassem em você quando vc usa uma jóia?
- A joia ela faz diferenciação entre os gêneros? Porque?
- A jóia pode ser usada livremente por qualquer um independentemente do gênero da pessoa? Por que?
- Ao trocar de joia (modelos, design e etc..) você acredita que pode trocar de gênero?

JOIAS E IDENTIDADE DE GÊNERO. O QUE ME DIZ?

ANEXO I – PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Consumo, joias e gênero: muito além do ter

Pesquisador: VICTOR CORREA GARCIA

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 73412217.9.0000.5542

Instituição Proponente: Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 2.334.099

Apresentação do Projeto:

Desenho: Para produzir os dados necessários, serão realizadas entrevistas individuais, que são realizadas através de uma conversação. Será utilizado na entrevista um roteiro semiestruturado, preparando um roteiro guia com perguntas que visam apoiar o pesquisador nos temas centrais e os problemas de pesquisa. Para realização das entrevistas, será entrevistado sujeitos com idades superiores a 18 anos e que fazem o uso de joias de modo constante e diário. Será escolhido somente esses critérios por ser o foco da pesquisa porque quando se pesquisa em grupos heterogêneos há a possibilidade de se comparar os membros em detrimento do tema e objetivos da pesquisa.

Resumo: O estudo do consumo é essencial para se entender o comportamento dos indivíduos perante uma sociedade, bem como sua influência na cultura como um todo. É através do consumo que os indivíduos vão se moldando e formando uma nova cultura. Desta forma, o universo é feito de mercadorias, sendo essas necessárias para se dar visibilidade e estabilidade às categorias da cultura. Os bens vão muito além de significar apenas utilitários e portadores de valores comerciais. Eles carregam e comunicam significados culturais. Tais significados estão em constante mutação devido a sua relação com o meio social e a ajuda de todo um corpo de designers, produtores, publicitários e consumidores e é nesse contexto de consumo que se busca entender a formação da identidade. Desta forma, o consumo está estritamente ligado na formação do sujeito e é neste

Endereço: Av. Fernando Ferrari, 514 - Campus Universitário, Prédio Administrativo do CCHN

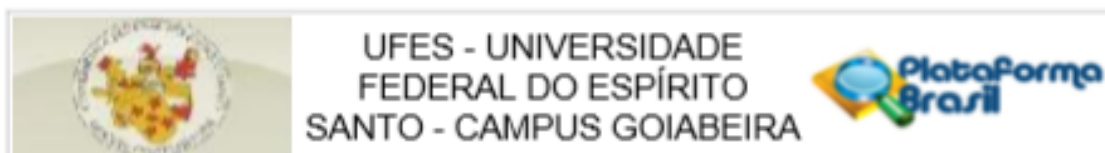
Bairro: Goiabeiras

CEP: 29.075-910

UF: ES **Município:** VITÓRIA

Telefone: (27)3145-9820

E-mail: cep.goiabeiras@gmail.com



Continuação do Parecer: 2.334.099

caminho que este trabalho tem como objetivo estudar o consumo de joias e a performance do sujeito para a produção de uma performatividade do gênero feminino.

Metodologia Proposta: O método que será utilizada será o qualitativo, pois a pesquisa qualitativa se faz necessária para buscar informações sobre as características culturais existentes na vida da pessoa entrevistada, dando ênfase nos significados mais aflorados do comportamento do entrevistado, produzidos através de narrativas orais. Para produzir os dados necessários, serão realizadas entrevistas individuais, que são realizadas através de uma conversação. Será utilizado na entrevista um roteiro semiestruturado, preparando um roteiro guia com perguntas que visam apoiar o pesquisador nos temas centrais e os problemas de pesquisa. Também serão tiradas fotografias dos objetos mencionados nas entrevistas (as joias).

Metodologia de Análise de Dados: O tratamento e análise dos dados as técnicas da análise de conteúdo. A análise de conteúdo é uma técnica empírica que busca traduzir as comunicações.

Desfecho Primário: produção e análise dos dados comprovando a utilização das joias para construção do gênero feminino.

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo primário:

Analisar através dos discursos de sujeitos o consumo de joias e sua relação com a produção de identidade do sujeito em relação ao seu gênero.

Objetivos secundários:

Verificar o consumo de joias na construção da identidade de gênero; Verificar o consumo de joias na desconstrução da identidade de gênero; Verificar o consumo de joias no processo de identificação de gênero; Analisar o consumo de joias e sua relação com performance do gênero ; Analisar o consumo de joias e a performatividade de gênero.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos:

Se remeter a lembranças ruins do passado, questionamentos sobre o seu gênero e a possível influência negativa do uso de joias, que podem causar desconforto e mal estar.

Benefícios:

Endereço: Av. Fernando Ferrari, 514-Campus Universitário, Prédio Administrativo do CCHN

Bairro: Goiabeiras

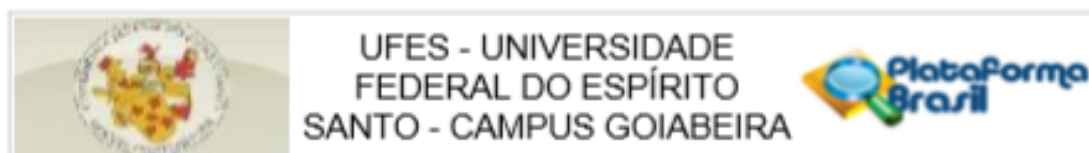
CEP: 29.075-910

UF: ES

Município: VITÓRIA

Telefone: (27)3145-9820

E-mail: cep.goiabeiras@gmail.com



Continuação do Parecer: 2.334.099

Entender o uso das joias, buscar a importância da mesma para dar voz aos gêneros, expressar desejos e vontades e entender como as joias podem auxiliar na produção de gênero.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

A pesquisa apresenta relevância científica e social.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Com base na Resolução n. 466/2012CNS, foram analisados os seguintes quesitos:

1) Folha de Rosto para pesquisa envolvendo seres humanos:

- Adequada.

2) Projeto de Pesquisa:

- Adequado

3) Termos de Consentimento Livre e Esclarecido:

- Está adequado, mas há um erro de digitação na página 3 de 4. Em "DECLARAÇÃO DO PESQUISADO", 4ª linha, está escrito "feito em 2 (dias) vias" quando o correto seria, provavelmente, "feito em 2 (duas) vias". Alterar o trecho.

6) Cronograma:

- Adequado.

Recomendações:

Corrigir o erro de digitação na página 3 de 4 do TCLE. Em "DECLARAÇÃO DO PESQUISADO", 4ª linha, está escrito "feito em 2 (dias) vias" quando o correto seria, provavelmente, "feito em 2 (duas) vias". Alterar o trecho.

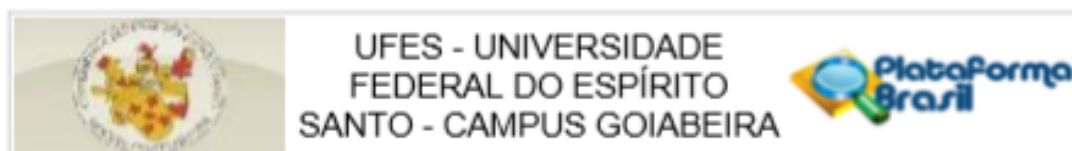
Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Sem pendências.

Considerações Finais a critério do CEP:

Projeto aprovado por esse comitê, estando autorizado a ser iniciado.

Endereço: Av. Fernando Ferrari, 514 - Campus Universitário, Prédio Administrativo do CCHN
Bairro: Goiabeiras **CEP:** 29.075-910
UF: ES **Município:** VITÓRIA
Telefone: (27) 3145-9820 **E-mail:** cep.goiabeiras@gmail.com



Continuação do Parecer: 2.334.099

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_904303.pdf	29/09/2017 14:15:27		Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	tcle_29_09_17.pdf	29/09/2017 14:15:04	VICTOR CORREA GARCIA	Aceito
Cronograma	Cronograma_28_09_17.pdf	28/09/2017 13:57:45	VICTOR CORREA GARCIA	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_28_09_17.pdf	28/09/2017 13:57:15	VICTOR CORREA GARCIA	Aceito
Folha de Rosto	Folha_de_Rosto.pdf	25/07/2017 10:31:33	VICTOR CORREA GARCIA	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

VITORIA, 17 de Outubro de 2017

Assinado por:
Fabiana Pinheiro Ramos
(Coordenador)

Endereço: Av. Fernando Ferrari, 514 - Campus Universitário, Prédio Administrativo do CCHN
Bairro: Goiabeiras **CEP:** 29.075-910
UF: ES **Município:** VITORIA
Telefone: (27)3145-9820 **E-mail:** cep.goiabeiras@gmail.com